

كتيب غير دوري يصدر مؤقتاً
عن استخدام الإنترنت والنظم الآلية في
المكتبات ومراكز المعلومات والتطورات
التكنولوجيا المستقبلية

ISSN: 1110 - 7464

المجلد الثامن - العدد الرابع (أكتوبر ، نوفمبر ، ديسمبر) 2007

4

الافتتاحية

الموجة الثانية من المكتبات الرقمية
Library 2.0
د. زين عبد الهادي



أوراق العدد

- أمن المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات
أ. مشيرة أحمد صالح

- شبكة المعلومات الدولية مصدراً لمعلومات الأطباء
أ. نجوى شكري

- مكتبة جامعة 6 أكتوبر
جمهورية مصر العربية

- قرأت لك
أ. محمد يحيى إبراهيم

- واحة مكتبات .نت
أ. عبير أحمد

ملف العدد

- التسويق في المكتبات ومراكز المعلومات
أ. محمود قطر

IPIs.COM
إيبيس . كوم

مستشار التحرير
أ.د فتحي عبد الهادي

رئيس التحرير
د. زين عبد الهادي

مدير التحرير
د. رؤوف هلال

مراجعة
أ. شريفه السيد

IPIs.COM
إيبيس . كوم
ص.ب.: 647 الأورمان
12612- الجيزة
جمهورية مصر العربية
ت/ف : 33832836
ت : 35839668
محمول: 0101816656
: 0106630770

www.ipisegypt.com
helal_raouf@hotmail.com
birooahmed@hotmail.com

October, November, December 2007

تابع معنا
أحدث التطبيقات التكنولوجية في المكتبات ومراكز المعلومات

مكتبات. نت

نشرة غير دورية تصدر موقتاً تهتم بتكنولوجيا المكتبات والنظم الآلية والإنترنت واستخداماتها في المكتبات العربية

توزيع
إيبيس.كوم
القاهرة

صدر العدد الأول في يناير
2000

قائمة المحتويات

الافتتاحية: الموجة الثانية من المكتبات الرقمية Library 2.0
د. زين عبد الهادي ـــــــــــ 3

التسويق في المكتبات ومراكز المعلومات
أ. محمود قطر ـــــــــــ 5

أمن المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات
أ. مشيرة أحمد صالح ـــــــــــ 19

شبكة المعلومات الدولية مصدرا لمعلومات الأطباء
أ. نجوى شكري ـــــــــــ 29

أضواء على المكتبات ومراكز المعلومات العربية (24): مكتبة جامعة 6 أكتوبر
جمهورية مصر العربية ـــــــــــ 31

قرأت لك
أ. محمد يحيى إبراهيم ـــــــــــ 38

واحة مكتبات.نت
أ.عبير أحمد ـــــــــــ 40

الافتتاحية:

الموجة الثانية من المكتبات الرقمية
Library 2.0

د.زين عبد الهادي
Zhady41@arado.org.eg

ظلت المكتبة عبر تاريخها الحضاري الطويل تحمل اسم المكتبة، حتى مع تطور مصدر المعلومات من قطعة حجر أو عظم وورق بردي، ووصولاً إلى الرق وأخيراً الورق الذي نعرفه في عالم اليوم والذي استقر عليه الأمر كوعاء أساسي للمعلومات منذ عدة قرون حين اكتشفه الصينيون. وبعد ظهور الحاسب الآلي أصبح هناك وعاء جديد هو ملفات الحاسب. وأكدت الإنترنت هذه الثورة الرقمية الجديدة في عالم المعلومات مع ظهور مصطلح جديد تماماً يوحي بما ستؤول إليه مؤسسات المكتبات في العالم الرقمي الجديد. وعلى الرغم من ذلك لم يستطع المصطلح أن يهرب من براثن المصطلح القديم؛ فلم يستطع العالم أن ينحت اسماً جديداً للمفهوم الجديد التكنولوجي للمكتبات سوى أن يضيف إليه رقم (2) ليعبر به عن الموجة الجديدة الثانية من المكتبات في العالم.

إذن فنحن أمام نموذج آخر يوازي نموذج العالم الرقمي الجديد أو عالم المعلومات الذي اعترف به العالم في مؤتمري جنيف وتونس اللذين عقدا على التوالي بين عامي 2003 و2005، حيث أكد المجتمع العالمي اعترافه بوجود مجتمع مواز للعالم البشري اسمه مجتمع المعلومات، يحتاج إلى بيئة تشريعية جديدة وقوانين جديدة، ويفرض آليات محددة للتعامل معه.

لا يمكن القول إن المصطلح جديد تماماً حيث سبق استخدام الرقم (2) مع مصطلحات مثل Business 2.0 و Web 2.0 ليعنيا أيضاً الموجة الثانية من إدارة الأعمال والموجة الثانية للشبكة العنكبوتية، بل سبق ذلك ظهور مصطلح (الإنترنت 2) ليعني أيضاً هذا النوع الجديد من شبكة الإنترنت القادرة على التعامل مع الأنواع المختلفة من الملفات، سواء أكانت نصية أم فيديو أم صوتاً أم (ملتيميديا)، كذلك ضمان السرعة الفائقة لأداء الأعمال والنقل المباشر لأي فعاليات صوتاً وصورة؛ بحيث يمكن رؤيتها وسماعها في نفس الوقت الذي تبث فيه.

لم تكن المكتبة كمؤسسة تعكس فعاليات الحضارة الإنسانية لتتخلف عن هذا الركب الحضاري الجديد. لقد واجهت المكتبة التقليدية هذه الأزمة منذ ظهور مصطلح المكتبة الرقمية، المشكلة كانت في أن المصطلح مرتبط بخاصيتين فقط؛ هما نوع

الوعـاء الـذي تستخدمه، كما تقدم بعض خدماتها لفئات المستخدمين عبر الإنترنت على سبيل المثال إضـافة إلى تقديـم خدمـات كان يتم بشكل خجول لهـؤلاء المسـتخدمين؛ حيـث إنها لم تصل بعد إلى النضج الكامل، كذلك كان ثمة عدم ضمان بأن كل أعمال المكتبة تتم بشكل إلكتروني بالكامل، إضافة إلى كـل ذلـك كـان المصطلح يعكس إشكالية أخرى هـو أنـنا نـتحدث عـن جـزء فقط من المكتبة يعمل بشـكل إلكترونـي بالكـامل ولـيس عـن مكتـبة إلكترونـية مـتكاملة يمكـن أن تـتم كـل فعالـياتها إلكترونياً، إضافة إلى وجودها الكلي عبر هذه القناة الاتصالية.

ثمـة لفـظ كـبير حـدث في مجـتمع المتخصصـين في علوم المكتبات والمعلومات حين ظهر هذا المصطلح، لقـد ظهـر المصـطلح لـلمرة الأولى على موقع مايكل كـاســي Michael Casey كـنـقــل للمصــطلحين السـابق ذكـرهما المـتعلقين بـإدارة الأعمـال والشـبكة العنكبوتـية الثانـية، وقـال إن (المكتـبة العامـة) باستخدامها لكل خواص الشبكة العنكبوتـية في أداء العمـل داخـلها تسـاعد عـلى توصـيل المعلومـات إلى مجـتمع المسـتفيدين مـنها، حيـث تقدم خدماتها اعتماداً على كل من الأدوات التقلـيدية وتلـك الـتي أخرجـتها لـنا تكنولوجـيا المعلومـات، حيـث دعـا أيضـاً إلى أهمـية ووجوب وجـود اسـتراتيجية تعمـل عـلى صـهر هـذه التكنولوجيا في المكتبات إضافة إلى تشجيع مجتمع المستفيدين على الإفادة منها.

مـن هـذه المقولـة وأثـناء انعقـاد مؤتمـر اختصاصي مكتـبات الإنترنـت عـام 2005 أعلـن مـايكل سـتيفنس Michael Stephens مسـؤول مكتـبة سـانت جوزيف العامة إلى تبني هذه الفكرة تماماً على موقع مكتبته على شبكة الإنترنت.

عـبر مشـروع الموجـة الثانـية للمكتـبات يـتم تقييم وتحديـث خدمـات المكتـبات لتواجه الاحتياجات المـتغيرة للمسـتفيدين من هذه المكتبات، إضافة إلى دعــوة هـؤلاء المسـتفيدين إلى المشـاركة في تطويـر وصـيانة وتقيـيم خدمـات المكتـبات، بحيث يمكن تطويـر الخدمات عبر طريقين، تلك الخدمات التي تقــدم للمســتفيدين، وأراء المســتفيدين في هــذه الخدمـات، أي بناء علاقة تفاعلية كاملة وإيجابية بين الطرفين، أي تحويل المستفيد من عنصر ساكن يحصـل عـلى خدمـات المكتـبة فقـط، إلى عنصـر متفاعل مع هذه الخدمات.

يمكـن القـول: إن الموجـة الثانـية هـى اعـتماد تكنولوجـيا المعلومات في آخر تطوراتها في العمل في المكتـبات التقلـيدية، وتحويـل المـتلقين لهـذه الخدمـات إلى مشـاركين في حـركة تطـور المجتمع العالمي للمكتبات.

زيـــــن

التسويق في المكتبات ومراكز المعلومات

أ. محمود قطر

مدير عام المكتبة المركزية- جامعة حلوان

القناعة بأن أساس نجاح أي منظمة هو رضاء العملاء أو المستفيدين منها، وهذا هو جوهر التسويق. وحتى تصل المنظمة لرضاء عملائها فعليها أن تتعرف عليهم .

بعبارة أخرى فإن على المنظمة- والمقصود بالمنظمة هنا هي المكتبات- أن تتعرف على السوق المستهدف، أي معرفة المستفيدين منها سواء الحاليين والمحتملين، والتعرف على بيئاتهم الاقتصادية والثقافية والاجتماعية .. إلخ .

وبعبارة أخرى فالسوق المقصود هنا هو جمهور المستفيدين- الآني والآتي – من خدمات المعلومات التي تقدمها المكتبات، وهو بالطبع جمهور عريض في :

عدده، واحتياجاته ورغباته المعلوماتية، وفي مستوياته الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والعمرية ..إلخ. وحتى يكون التعرف على السوق المستهدف ممكناً، فعلى القائمين بالتخطيط التسويقي تقسيم هذا السوق من خلال الاعتماد على بحوث السوق *Market Research* والتي تساعد في مطابقة خدمات المعلومات المقدمة مع المستفيدين منها .

أهم الاستراتيجيات لتحديد السوق المستهدف

هناك عدد كبير من العوامل والأسس التي يمكن استخدامها في تجزئة السوق إلى شرائح، ومن أهم هذه الأسس ما يلي :

1. التقسيم الجغرافي: وفيه يتم تقسيم السوق إلى كينونات جغرافية مختلفة كالدول، الأمم، الأقاليم، باعتبار أن احتياجات المستهلك تختلف جغرافياً. وفي هذا الصدد قد تقرر المنشأة أن تعمل في جزء أو قليل من الأجزاء في الدولة كمتخصص في مقابل احتياجات المستهلك، فعلى سبيل المثال قد تقوم إحدى شركات بيع الملابس الجاهزة بإنتاج وبيع أنواع معينة من الملابس على مستوى الدولة ككل ولكن بتصميمات وأذواق مختلفة، وذلك لتلبية الرغبات المختلفة للأقاليم والمحافظات.
2. التقسيم الديموجرافي: وهنا يتم تقسيم السوق إلى مجموعات على أساس متغيرات ديموجرافية : كالعمر، والجنس وحجم الأسرة ودورة حياة الأسرة والدخل والمهنة والتعليم والدين. وتعتبر المتغيرات الديموجرافية من أكثر الأسس انتشاراً أو استخداماً في تمييز وتصنيف مجموعات المستهلكين .
3. التقسيم السيكوجرافي: وفيه يتم تقسيم المشترين إلى مجموعات مختلفة على أساس طبقاتهم الاجتماعية، نمط الحياة، أو خصائص الشخصية. فالناس داخل المجموعة الديموجرافية قد يبدون مظاهر سيكولوجية مختلفة تماماً.
4. التقسيم السلوكي: في هذه الطريقة من التقسيم يتم تقسيم المستهلكين على أساس

طرق استعمالاتهم أو استجابتهم إلى منتج معين؛ كالتقسيم على أساس الفائدة، أو الولاء لمنتج معين، أو معدل الاستعمال، أو مكانة مستعمل السلعة، أو حالة الاستعمال.. وكلها عوامل تقع ضمن هذا التقسيم (1) .

استراتيجيات اختيار السوق المستهدف :

إن فلسفة تقسيم السوق إلى شرائح أو قطاعات تعكس الفرص التسويقية التي يتيحها القطاع السوقي للمنشأة، وهنا نجد أن المنشأة مطالبة بالمفاضلة بين ثلاث استراتيجيات رئيسية لاختيار السوق، وهي:

1. استراتيجية التسويق اللامتنوع: *Undifferentiated Marketing*

وفي هذه الحالة قد تقرر الشركة خدمة السوق الكلي بتقديم منتج واحد، واستخدام مزيج تسويقي محدد بهدف جذب أكبر عدد من العملاء .

2. استراتيجية التسويق المتنوع: *Differentiated Marketing*

وفي هذه الحالة قد تقرر الشركة خدمة السوق الكلي بتقديم منتجات ذات خصائص مختلفة مع استخدام مزيج تسويقي مختلف لكل منتج على حدة.

3. استراتيجية التسويق المتركز: *Concentrated Marketing*

وفي هذه الحالة قد تقرر الشركة خدمة جزئية أو شريحة معينة من السوق الكلي مع تقديم المنتج المناسب والمزيج التسويقي الفعال(2).

[1] – توفيق محمد عبد المحسن. التسويق: وتدعيم القدرة التنافسية للتصدير. القاهرة، دار الفكر العربي، 2003. ص ص 109–117

[2] –المرجع السابق. ص ص 130–131

أهمية التسويق للمكتبات ومراكز المعلومات

حظي موضوع تسويق خدمات المعلومات بالمكتبات باهتمام عدد كبير من الكتاب والمفكرين في دول العالم الغربي، حيث نشرت العديد من الدراسات والبحوث والمقالات والكتب التي تبرز الدور الرئيسي والحيوي للتسويق في المكتبات بشكل عام والمكتبات المتخصصة والعامة بشكل خاص، وأصبح واضحاً للعالم الغربي بل شيء مسلم به أن التسويق هو الأداة الحقيقية لتحقيق أهداف المكتبات ومراكز المعلومات، بل ووسيلتها للبقاء.

ففي عام 1990، أثبتت الدراسة التي أجراها بيورسيل *M.F.PURCELL* عدم فعالية المكتبات العامة في سد احتياجات الأفراد والجماعات بأيرلندا. لذلك فقد أوصى باستغلال مفاهيم وأساليب علم التسويق في تسويق خدمات المعلومات بالمكتبات العامة، بهدف رفع مستواها وكفايتها وبالتالي كسب المستفيدين كعملاء وأعضاء دائمين (3).

كما أشارت إحدى الدراسات إلى تسويق خدمات المعلومات بالمكتبات باعتباره مدخلاً للتنافسية بين المكتبات في الاستحواذ على أكبر عدد ممكن من المستفيدين، وذلك من خلال بحث أولي على عدد 16 مكتبة في الولايات المتحدة في ربيع 1991(4).

[3] – هشام بن عبد الله بن عباس. تسويق خدمات المكتبات العامة. عالم الكتب (الرياض)، ع6، مج 13، الجماديان 1413هـ (1992). ص 597 .

[4]- Benaud, Claire-Lise ,Bordeianu, Sever. OCLC's First Search: A Reference Tool Still Evolving .RSR: reference services review. 1993, v 21, n 2 .P7.

وتقـدم دراسـة أخـرى عرضـاً لأدبـيات تسـويق خدمـات المعلومـات بالمكتـبات العامـة والأكاديمية والمدرسية والمتخصصة منذ عام 1982، وتحتوي على 114 فقرة ببليوجرافية، بالإضافة إلى النتائج الـتي توصـل إلـيها هـذا المسح في كيفية استخدام آليات التسويق (5).

التسويق الداخلي

التسويق الداخلي *Internal marketing*

نجـاح أي مـنظمة يـتوقف إلى حـد كبير على مدى قدرتهـا عـلى خدمـة أسـواقها بفاعلـية وكفـاءة من خـلال تطبـيق المفاهـيم التسويقية الحديثة، وبقدر أهمـية تطبـيق هـذه المفاهـيم عـلى عمـلاء المـنظمة وإقـناعهم بمـدى جاذبـية وقـدرة المـنتجات عـلى إشباع احتياجاتهم والحصول على تفضيلاتهم لها، فـإن قـدرا مـن الاهـتمام مطلـوب أيضاً لضمان قيام العـــاملين داخــــل المـــنظمة بـــتحويل أفكـــار واسـتراتيجيات المـنظمة إلى واقـع فعلـي، ويتطلب ذلـك ضـرورة إقـناعهم بالأفكـار والخطط التي تقوم المـنظمة بانـتهاجها والحصـول عـلى تأييدهم لها. فمـن الضـروري بمكان اقتناع الأفراد داخل التنظيم بأهمـية المـنظمة ومـا تقدمـه مـن منتجات وإسهام عملهم في تحقيق أهداف المنظمة، وذلك قبل القيام بأي تسويق خارجي لمنتجاتها .

ومـن هـذا المـنطلق بـدأت الكـتابات التسـويقية-في الآونـة الأخـيرة- في الـتطرق إلى مفهـوم التسـويق الداخلـي *Internal marketing* للإشـارة إلى الجهـود التسـويقية المـبذولة في اقتـناع العاملين داخـل المـنظمة بأهمـية أدائهـم الفعـال ودوره في تحقـيق الأهـداف العامـة للمـنظمة. وفي هذا الصدد فـإن العمـلاء هـم العـاملون داخل المنظمة، ومن ثم يـتم تصـميم مـزيج تسـويقي مناسب لتسويق أفكار المنظمة وخططها والحصول على رضاهم مع تحقيق أهداف المنظمة المتعلقة بالربحية من خلال تأييدهم لهذه الخطط والأفكار .

وقـد بـدأ ظهـور مفهـوم التسـويق الداخلي في قطاع الخدمات حيث تتميز الخدمات عن السلع بارتباط مقـدم الخدمـة بالمسـتفيد مـنها أثناء تأدية الخدمة (عملـية إنـتاج الخدمـة). ومـن ثم يمكن اعتبار أن كـل فـرد داخـل المنظمة الخدمية له اتصال مباشر بالعملاء يؤدي دور تسويقي (6) .

ويعتـبر العنصـر البشري من أهم الموارد التي تعتمد عليها أي منظمة، وتزداد هذه الأهمية في المنظمات الخدمـية. وتصـنف المكتـبات عـلى اخـتلاف أنواعهـا ومراكـز المعلومـات عـلى أنها منظمات خدمية ،ومسئولة عن خدمتين أساسيتين هما:

1-خدمة تقديم المعلومات .

2-خدمة إتاحة أوعية المعلومات .

ونظـراً للسـمات المميزة للخدمات بشكل عام حيت إنها:

1- غـير ملموسـة، أي لـيس لها مواصفات وأبعاد معيارية أو مادية.

2- غـير نمطـية، أي تتشـكل حسب رغبة متلقي الخدمة.

3- وجـود علاقـة أو اتصـال مباشـر بـين مـنظمة الخدمة وبين متلقي الخدمة.

4- مساهمة متلقي الخدمة في إنتاج الخدمة .

---

[5]- Norman, O. Gene. Marketing Library and Information Services: An Annotated Guide to Recent Trends and Developments. Reference services review. 1989, v ‹17 n 1.P43.

[6] – محمـد فـريد الصـحن. التسويق: المفاهيم والاستراتيجيات .الإسكندرية: الدار الجامعية، 1998. ص ص 34-35

فـإن عـبء " تسـويق " خدمـات المكتـبات ومراكز المعلومـات يقـع عـلى أفرادها، لا سيما المتواجدين في نقـاط الخدمـة المباشـرة بـالجمهور، مثل أفراد: الإرشـاد المرجعي، الإعارة الخارجية، الاشتراكات والعضـوية إلخ. بل قد يصل العبء إلى " أفراد الأمـن " المـتواجدين في مداخـل تلـك المكتـبات أو مراكز المعلومات .

والسؤال الأول المطروح هنا :

لـماذا يـتحمل مقدمـو الخدمـة المكتبـية عـبء " تسـويقها " ؟ والإجابة سبق الإشارة إليها في الفقرة السابقة، بالإضافة إلى أن:

أ- تعقـد عملـية الاتصـال بـين تلـك النوعـية من المـنظمات الخدمـية وبـين جمهورهـا، يجعل هـذا الجمهـور يُقيّم المكتبة أو مركز المعلومات بالجـزء المـرئي لـه، ولا يعنـيه الأداء المتمـيز لأقسـام الـتزويد أو الإعـداد الفـني أو الـنظام الآلـي ،أو مـدى كفـاءة الإدارة. بـل كـل مـا يعنـيه أداء الفـرد الـذي تعـامل معه مباشرة: هـل بذل جهداً ؟ هل تواصل فكرياً معه؟ هل كان بشوش الوجه ؟.

وعلـيه فإنـه في هـذه الحالـة لا يمكـن فصـل جـودة الخدمة عن جودة سلوك مقدم الخدمة مـع مـتلقي الخدمـة، أي أن مـتلقي الخدمـة يسـمي الخدمـة بأضـعف حلقـات الاتصـال، ويعمم ما يراه على ما لا يراه.

ب- أهمـية عنصـر الـثقة في مقدم/ مقدمي الخدمة حيث تلعب دوراً كبيراً في تفضيل مكتبة على أخـرى، إذ يعـتقد " القارئ " أن (س) من أفـراد الخدمـة بمكتـبة ما يستحق ثقته، لأن هـذا الفـرد أرشـده لمعلومـات وثـيقة الصـلة ببحـثه، أو أنـه تواصـل فكـرياً مـع متطلباته المعلوماتـية، أو أنـه يجعلـه يشعر أنه القارئ الوحيد بهذه المكتبة .

والسـؤال الـثاني: كـيف يمكـن تطويـر مهـارات العـاملين بالمكتـبات ومراكـز المعلومـات بما يتمشى مـع متطلـبات الجمهـور، في إطـار سـعي تلـك المكتـبات ومراكـز المعلومـات للـنجاح مهنـياً و إدارياً؟.

بطبـيعة الحـال سـتكون الإجابـة الفوريـة هـي: الدراسـات الجامعية الأولى والمتخصصة في المجال، ولكـن نظـراً للـتطور المسـتمر في هـذا المجـال فـإن العـاملين بـتلك المنظمات يحتاجون من وقت لآخر لـتطوير ذواتهـم (7)، وأحـياناً يكـون الـتطوير من خـلال: المحاكـاة عـند القـيام بـزيارات ميدانـية لـنماذج من المكتبات الناجحة، أو بواسطة البرامج التدريبية التنشيطية أثناء العمل وبما يسمى: خبرة رأس العمـل، أو حضـور الملتقـيات وورش العمـل والمؤتمرات المهنية، أو بالقراءة على الأقل .

الخدمـــــــات

سمات الخدمة ومشاكلها وحلولها

<u>الفرق بين السلعة والخدمة</u>

درجـة الملموسـية: فالخدمـات لـيس لهـا وجـود مـادي، عكـس السـلع يمكـن رؤيـتها أو لمسـها أو الشعور المادي بها، ولا ينطبق ذلك على الخدمات لطبيعتها غير المادية .

توقيـت عملـيتي الإنـتاج والاسـتهلاك: في حالة "الخدمـات" فـإن عملـيتي الإنـتاج والاسـتهلاك تحدثـان في آن واحـد، ويترتب على ذلك خاصية فرعـية أخـرى وهـي صعوبة معاينـة الخدمة قبل

[7] – محمود قطر. نحو أخصائي معلومات متميز. الإسكندرية: جامعة الإسكندرية،1999.ص 5 (بحـث مقـدم إلـى المؤتمر القومي الثالث لأخصائيي المكتبات والمعلومات)

استهلاكها .أما السلع ، فيوجد فارق زماني-بل ومكاني أيضاً- بين عمليتي الإنتاج والاستهلاك .

تواجد العميل: فالانتفاع بالخدمة يتطلب وجود المنتفع أو العميل أثناء إنتاجها بواسطة: موظفي الشباك بالبنك، الطبيب أو المرضة في المستشفى، موظف الاستقبال في الفندق، المضيفة في رحلة الطيران، أخصائي المعلومات في المكتبة أو مركز معلومات. وذلك بعكس السلع التي تنتج في مكان ثم تباع في مكان آخر وقد لا يرى العميل أي خطوة من خطوات إنتاج السلعة أو من يقوم بذلك.

مساهمة العميل في الإنتاج: وتعتبر هذه خاصية أساسية في حالة الخدمة، إذ لا يمكن تقديم الخدمة بكفاءة دون مساهمة العميل في الإنتاج. وكمثال على ذلك نجد أن دقة تشخيص الطبيب تتوقف جزئياً على دقة البيانات والإجابات التي يعطيها المريض، كما أن دقة الاستشارات الإدارية تتوقف إلى حد كبير على دقة البيانات التي يعطيها العميل.

ويعني ذلك أن مشروع الخدمة لا ينفرد وحده بإنتاج خدماته كما هو الحال بالنسبة للمشروع الذي ينتج سلعاً مادية .

<u>المشاكل النابعة من خصوصية سمات الخدمة</u>

يترتب عل الخصائص السابقة المميزة للخدمات عدد من المشاكل المتعلقة بتسويقها على مستويات ثلاثة، هي: المنظمة المؤدية للخدمة، المستهلك للخدمة (أو العميل)، السياسة العامة أو المجتمع.

المشاكل المتعلقة بخاصية أن الخدمات غير ملموسة (من وجهة نظر المنظمة):

أ- عدم القابلية للتخزين.

ب- الاتصالات.

ج- التسعير.

المشاكل المرتبطة بعدم الملموسية (من وجهة نظر مستهلك الخدمة):

أ- فكرة الثقة

ب- عملية البحث

ج- صورة الخدمة في ذهن المستهلك

د- أهمية الكلمة المنطوقة ***word of mouth***

المشاكل المرتبطة بعدم الملموسية والمجتمع :

أ- الرقابة على الخدمات

ب- قياس الإنتاجية

ج- التضخم *Inflation*

المشاكل المرتبطة بخاصية العلاقة المباشرة بين المنظمة الخدمية وعملائها :

أ- تعقد الاتصال (التفاعل)

ب- تقسيم بيئة الخدمة

ج- توزيع الخدمة

النتائج المترتبة على هذه العلاقة بالنسبة لمستهلك الخدمة:

أ-شخصية العلاقة

ب- السيطرة *Captivity*

النتائج المترتبة على هذه العلاقة بالنسبة للمجتمع:

أ- التوفيق بين تواجد الخدمات والتخطيط الإقليمي

ب-الجودة العامة للخدمة

مشاكل مساهمة العميل في إنتاج الخدمة من وجهة نظر العميل ذاته :

أ- الاعتمادية

ب- ارتباط العميل بالمنظمة الخدمية

<u>الحلول وتطبيقاتها على خدمات المعلومات</u>

المخزون :

تعمل وظيفة المخزون على تحقيق ذلك التوازن بين الاستمرار في الإنتاج بشكل منتظم من ناحية وبين

عـدم انـتظام الطلب من ناحية أخرى. أما في حالة المكتـبات العامـة وهـي مـنظمة خدمـية – فـإن مشـكلة التوفـيق بـين إنتاج الخدمة والطلب عليها يحـتاج حـلاً آخـر غير "المخزون"، فمقابلة الطلب المـتغير عـلى خدمات المعلومات المقدمة من خلالها تـتم عـن طـريق الاحـتفاظ بطاقـة إنتاجـية ولـيس إنـتاجاً فعلـياً. حيـث لا تسـتطيع تلـك المكتـبات إنـتاج 100خدمـة إعـارة خارجية مقدماً مثلاً– وتخزينها لحين طلبها، ولكنها تستطيع في فترات ذروة الطلب على تلك الخدمة زيادة أعداد مقدميها لجمهـور المستفيدين، فبدلاً من وجود فردين بنقاط خدمة الإعارة الخارجية بها يتم زيادتهم إلى العدد المتناسـب مع الطلب المتوقع من جمهور المستفيدين من تلك الخدمة.

أمـا إذا قامـت تلـك المكتـبات العامـة بشـكل خاص– والمنظمات الخدمية بشكل عام بتقديم خدماتهـا وفق تصور غير مدروس، فإنها قد تجني خسـائر جمـة من وراء ذلك، فقد يتم تصميم مبنى مكتـبة عامـة ويـتم تجهـيزه (أفـراد، مقتنـيات، معـدات ..إلخ) لـيكون مسـتعداً لاسـتقبال 500 مـتردد في المـرة الواحـدة ولكن حجم التردد الفعلي يقـل عـن هـذا كـثيراً ممـا يعتـبر هـدراً في نفقات تشـغيلها، وتـبدو هـذه الخسـارة أكـثر وضـوحاً في المنشـآت المتصـلة بخدمـة السـياحة كالفـنادق والمطـارات والمطـاعم ..إلخ، إذ إنهـا اضـطرت إلى زيـادة الطاقـة الإنتاجـية (أسِـرَّة أكـثر بالفـنادق، مقـاعد أكـثر بالمطـاعم، طائـرات ومطـارات أكـثر ..إلخ) أمـلاً في زيادة توافد السياح، ولكن لأسباب خارجـة عن توقعاتهم مثل: أحداث الحادي عشر مـن سـبتمبر لعـام 2001 بأميركا فقد عادت هذه الـزيادات في الطاقـة الإنتاجـية بالسلب على كثير من المنشآت الخدمية بمصر والعالم أجمع .

الاتصالات :

خاصـية أن الخدمـات غـير ملموسـة تجعـل عملية الاتصـالات صـعبة بالنسـبة للعمـلاء بصـفة عامة، والعمـلاء المحـتملين بصـفة خاصـة، فعند الإعلان كـيف يمكـن خلق صورة *Image* لشيء ليس له مظهـر مادي بطبيعته ؟. فمثلاً ما هي الصورة التي يـتم الإعـلان بها عن خدمات المعلومات بالمكتبات العامة ؟

إن كـل مـا يمكـن عملـه هـو التركـيز على بيان أو إظهـار الفوائد المحتملة التي يمكن الحصول عليها مـن الخدمـة المـؤداة مـثل: سـرعة الحصـول عـلى خدمـة الإعـارة الخارجية، الدقة في الحصول على إجابـة لسـؤال مـرجعي، أو التركـيز عـلى إظهـار الفوائـد المصاحبة لخدمة معلومات ما مثل: أجهزة الحاسبات الحديثة، التنظيم الداخلي الجيد لمبنى المكتـبة، التكيـيف والإذاعـة الداخلية، المشروبات السريعة .. إلخ .

كما يترتب على هذه المشكلة مشكلة أخرى، تتعلق بالتميـيز بـين خدمـات المـنظمات الخدمية المنتمية لقطاع واحد ممثل قطاع المعلومات.

التسعير :

يعتبر حساب تكلفة السلعة أقل تعقيداً من حساب تكلفـة الخدمـة،فعـلى سـبيل المثال – عند حساب تكلفـة السـلعة– يمكـن للمنشـأة حسـاب التكاليف المباشرة بشكل مبسط من خلال حاصل جمع تكلفة الخامـات والعمل وجزء من التكاليف الثابتة، وإذا تم إضـافة هامش ربح مناسب فإن المنشأة يمكن أن تحصـل عـلى "سـعر السـلعة "(على الرغم من أن هـذه الطريقة في كيفية احتساب السعر قد لا تكون

متفقة مع المفهوم التسويقي الحديث، لكنها تناسب بعض المنشآت) .

أما في حالة الخدمة، فالأمر يبدو أكثر تعقيداً حيث تبدأ الصعوبة عند حساب التكاليف المباشرة للخدمة، وذلك بسبب عدم وجود مواد أولية أو خامات، بالإضافة إلى صعوبة قياس الوقت اللازم لإنتاج الخدمة والعائد إلى عدم قابليتها للتنميط، مع وجود صعوبة في توزيع التكاليف الثابتة .

فعند إنتاج خدمة إتاحة المعلومات سواء خلال البحث الآلي أو عبر بنوك المعلومات بالمكتبات العامة، فإنه تبرز صعوبة " تسعير " هذه الخدمة، هل سيتم حساب السعر " بالصفحة " أم " بالساعة "؟. وإذا تم حساب السعر بالصفحة، فهل يتم احتساب سعر الصفحة كخامة ؟ أم سيضاف عليها تكاليف أخرى: كتكلفة الحبر الذي طبع به الصفحة، وقيمة أجر أخصائي المكتبات خلال فترة البحث عن المعلومات وطباعتها، وقيمة "قسط استهلاك" الآلات المستخدمة في البحث والطباعة سواء أكانت أجهزة حاسبات أو طابعات، وقيمة استهلاك الطاقة (كهرباء) والاتصالات (تليفون) ، ،إلخ من بنود يجب حسابها مع وضع البعد الاقتصادي للمستفيد في الاعتبار .

خصخصة المؤسسات الثقافية

مع التحول نحو ما يسمى باقتصاديات السوق وما استتبع ذلك من خصخصة لمؤسسات القطاع العام– ومنها دور السينما والمسارح والمكتبات ومراكز المعلومات فقد طرح شعار خصخصة المؤسسات الثقافية (8).

فالمعروف أن تعمل المكتبات وغيرها من مرافق المعلومات لطالبيها، ولكن عديداً من الأسئلة التي تثار هنا، منها :

هل تتاح المعلومات مجاناً أم بمقابل، خاصة بعد أن تبين أن تكاليف الحصول على مصادر المعلومات وتجهيزها واختزانها وإتاحتها أصبحت مرتفعة للغاية ومرهقة للميزانيات المقررة لمرافق المعلومات .

البعض يرى أنه من حق المواطن الحصول على المعلومات مجاناً، والبعض الآخر يرى أنه لابد أن يساهم في التكاليف. وعلى كل حال فالظروف الحالية تتطلب أن يساهم الفرد ولو بقدر قليل من التكاليف (9).

وبالطبع هي معادلة صعبة أن تتمتع المؤسسات الثقافية، المرتبطة بالإبداع ومخاطبة الوجدان العام للشعب، في عدد غير قليل من الفنون :الرسم، النحت، التصوير، العمارة، الموسيقى، المسرح والسينما، الكلمة المطبوعة في المجلات والكتب، بما تحويه من موضوعات النشاط الإنساني في السياسة والاقتصاد والاجتماع والفلسفة وسائر العلوم الإنسانية بخاصة أن تتمتع تلك المؤسسات صاحبة هذه الفنون بالاستقلال، الذي يرعى ويستجيب لتطلعات المتلقين، قبل التوجه الخاص نحو السلطة السياسية، أو الخضوع لما تحرص عليه الجهات الاقتصادية والتجارية، صاحبة المصالح الخاصة .

إنها المعادلة الصعبة التي تحقق هذا الاستقلال لتلك المؤسسات، وفي الوقت نفسه تتوفر لها

---

[8] – (خصخصة المؤسسات الثقافية) عنوان لموضوع عرض على المجلس القومي للثقافة والفنون والآداب والإعلام بتاريخ 2001/2/3 في دورته الثانية والعشرين .2001/2000، وسيتم التعرض له لاحقا (الباحث).

[9] محمد فتحي عبد الهادي. أخلاقيات المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات. الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات .مج7،ع14 ،يوليو2000. ص 30

المتطلبات التمويلية للقيام بواجباتها ومسئولياتها، نحو مجتمعاتها على الوجه الأكمل الممكن (10).

وبسبب أن الثقافة ركن أساسي في البناء العام للدولة، فإنها تمثل إحدى أدواتها في تحقيق مشروعاتها السياسية والاقتصادية، وخوض المعارك الفكرية المرتبطة بهما .. فليس هناك فرق كبير بين هيمنة القطاع العام المركزي التابع مباشرة للسلطة، وهيمنة القطاع الخاص الأناني الذي قد ينجح في مصادقة السلطة أو مغافلتها. وهناك شواهد معينة قد تكون محدودة، على وجود هذين المسلكين أو أحدهما، في بعض الجهات الثقافية بمصر، أخذت مكانها أواخر التسعينيات من القرن الماضي .

ودون الدخول في المفاهيم والأهداف القريبة والبعيدة، بالنسبة لخصخصة القطاع العام في المجال الاقتصادي التجاري، فهل المقصود بخصخصة المؤسسات الثقافية المصرية، أن تأخذ هي أيضاً تلك المفاهيم وهذه الأغراض نفسها كما هي .. وهكذا تصبح الخصخصة في مصر توأماً واحداً متكاملاً، له شقه الثقافي المأمول، كما أن له شقه التجاري الاقتصادي الذي تحقق منه جزء كبير في السنوات القليلة الماضية؟ (11) .

وقبل أن نتوه بين "نعم" أو "لا" مطلقة لهذا التساؤل المشروع، فإن الإجابة يمكن أن تكون تطبيقاً لواحدة من المسلمات الاقتصادية، ذلك أن المستفيد بشيء داخل المجتمع عليه أن يدفع ثمنه. فالشيء الذي يعود على المجتمع بصفته الكلية، كالحماية القومية التي تتولاها القوات المسلحة، على الدولة الممثلة لذلك المجتمع أن تدفع تكلفتها، والطعام والشراب واللباس وما إليها ممَّا يتمتع بها الأفراد، على كل منهم أن يدفع ثمنها. أما الأشياء والأمور التي لا تدخل في الفئتين السابقتين، كما تتمثل في المؤسسات التعليمية والفكرية والثقافية، فعلى الأفراد أن يدفعوا بعض تكلفتها، ويبقى البعض الآخر قليلاً أو كثيراً الذي ينتظر تمويلاً من جهة حكومية أو غير حكومية، بشرط ألا تفرض على المؤسسة الثقافية وجهة نظر معينة (12) .

وهذا ما يذهب إليه البعض حيث يرى أنه بسبب تغير المنظور الاقتصادي للمعلومات، فقد بدأ النظر إلى المعلومات باعتبارها مورداً اقتصادياً منذ سبعينيات القرن العشرين، ولكن الجديد الآن هو ازدياد الإحساس بصناعة وتجارة المعلومات، واعتبار المعرفة أهم مصادر القوة وموردا يفوق في أهميته الموارد الطبيعية والمادية، وما ترتب على ذلك من إخضاع المعلومات كسلعة لقوانين السوق إنتاجاً وتوزيعاً أو توصيلاً، وبالتالي إعادة النظر في بعض المفاهيم الراسخة مثل "المجانية المطلقة لخدمات المكتبات والمعلومات"، وأصبح من المقبول في الوقت الراهن أن يتحمل المستفيدون تكلفة الحصول على المعلومات أو على الأقل جزءاً من هذه التكلفة، ومن المنتظر أن يتوسع هذا الاتجاه في المستقبل بحيث تخضع خدمات المعلومات لسياسة السوق المفتوحة، حيث يكفل ذلك زيادة حجم استخدام المعلومات، كما يكفل تنافساً قوياً بين موردي الخدمات يؤدي في النهاية إلى رفع

[10] –المجالس القومية المتخصصة. تقرير المجلس القومي للثقافة والفنون والآداب. القاهرة: رئاسة الجمهورية، 2001 (الدورة الثانية والعشرون 2001/2000). ص 61

[11] – المرجع السابق. ص ص 62–63

[12] – المرجع السابق. ص 64

مسـتوى الخدمات وتقليل أسعارها أو حتى جعلها في المستوى المقبول (13) .

لـذا، فـإن المكتـبة سـوف تجـد نفسـها مضـطرة للحصـول عـلى مقـابل لمـا تقدمه من خدمات لكي تطـور المكتـبة خدماتهـا وتـرفع مسـتوى جودتها(14).

أنواع مخرجات المكتبات ومراكز المعلومات

تشكيلة الخدمات

من الأقوال الشائعة أن " المنتج الجيد يبيع نفسه " سـواء كـان هـذا المنتج الجيد سلعة جيدة أو خدمة جـيدة، ويتضـمن هـذا القـول جانـباً مـن الصـحة– ولـيس كل جوانبها– ولكن إذا ؟أردنا مراعاة الدقة في التعـبير فإنـه يمكـن القـول أن " المنتج الجيد " تقـل معـه احـتمالات الخسـارة أو عدم الرواج لأنه ينجح في إثارة اهتمام المستفيد أو المستهلك بسهولة أكـبر، وبالـتالي يصـبح هـذا المسـتفيد أو المستهلك أكثر استعداداً لقبوله .

إلا أن الواقـع المشـاهد في حالـة " المنـتج الجـيد " بالمكتـبات العامـة يغايـر مـا سـبق الإشـارة إلـيه، حيـث لوحـظ تحـول المسـتفيدين من مكتبة لمكتبة أخـرى عـلى الـرغم مـن وجود هذا "المنتج الجيد" المتمـثل في رصيد كبير من أوعية المعلومات، حيث تعتـبر الخدمـات والأنشطة المقدمة داخل المكتبات مـن "المـيزات النسـبية" الـتي يفاضل على أساسها جمهور المستفيدين بين مكتبة عامة وأخرى.

وقد ظلت هذه الخدمات والأنشطة بالمكتبات أسيرة النمطـية والتقلـيدية حتى منتصف الثمانينيات من القرن الماضي، حيث بدأت إرهاصات وجود رسالة ثقافـية أوسـع للمكتبات العامة–على سبيل المثال– مع بداية نشاط جمعية تنمية حي مصر الجديدة في تطويـر مكتـبتي مصـر الجديدة والمستقبل التابعتين لها، وأخذت شكلاً أوضح مع قيام جمعية الرعاية المـتكاملة بإنشـاء سلسـلة مكتبات للأطفال في تلك الفـترة، إلا أن التغـيير الأكـبر بـدأ مـع إنشـاء مكتبتي: القاهرة الكبرى (بالزمالك) ومبارك العامة (بالجـيزة) والـذي جمعهمـا النيل والرؤية الثقافية الشاملة .

ومن أهم الخدمات والأنشطة المقدمة بالمكتبات

- خدمـة الاطـلاع الداخلـي للمقتنيات من: كتب ومـراجع، دوريـات علمـية وعامة، مصغرات فيلمية.
- خدمـة المشـاهدة والاسـتماع الداخلـي: للوسائط المـتعددة (أقـراص ضـوئية، شـرائط مرئـية، شرائط صوتية).
- خدمة الإعارة الخارجية .
- خدمة التصوير .
- نـادي القـرن 21 (الـتجوال عـبر الإنترنـت، الاستخدام الحر للحاسب) .
- دورات الحاسب .
- نشاط الركن الأخضر (نشاط بيئي)
- نشاط العروض السينمائية .
- الأنشـطة الفنـية والـتي تتضـمن: العـروض المسرحية والغنائية والموسيقية، الأعمال اليدوية الفنـية وعـرض الأعمـال المتمـيزة منها بمعارض داخلية .

---

[13] ـ ثـروت يوسـف الغلـبان. تعلـيم المكتـبات والمعلومـات في مصر: الموقف عند نهاية القرن. الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات .مج 7، ع14، يوليو 2000. ص 92

[14] ـ خـالد حسين إبراهيم. الإدارة الماليـة للمكتبات المتخصصـة المصـرية: دراسـة تحليلية ؛ إشراف أسـامة السـيد محمـود، محمـود محمـود عفيفـي. (أطروحة) دكتوراه. القاهرة: جامعة حلوان، كلية الآداب، 2001. ص 43

- الأنشـطة العلمـية والـتي تتضمن: نوادي العلوم والتكنولوجيا، المخترع الصغير.
- الأنشـطة الثقافـية والـتي تتضـمن: الـندوات، المجـلات الحائطـية، المسـابقة الثقافية الكبرى والـتي تشـمل تـباري أعضـاء تلـك المكتـبات بأبحاثهم حول موضوع معين.
- الأنشـطة الترفيهـية والـتي تتضمن: الرحلات، مسـابقات متـنوعة، مسـابقات خاصـة بلعـبات معينة (مثل لعبة الشطرنج) .

ومـن الملاحـظ تعـدد وتـنوع تشـكيلة الخدمـات والأنشـطة الغير تقليدية والتي نجحت في اجتذاب عـدد كبير من المستفيدين للمكتبات العامة، إلا أنه كان نجاحاً موسمياً، حيث يتركز إقبال المستفيدين عـلى هذه الخدمات والأنشطة بالمكتبات العامة ولا سـيما الـتابعة لجمعـية الـرعاية المـتكاملة خـلال مهـرجان القـراءة للجمـيع والـذي تبدأ فعالياته من منتصف شهر يونيو حتى منتصف شهر سبتمبر من كـل عـام، ثـم ينحسـر الإقبال مـع منتصف شهر أكـتوبر بسبب بداية الموسم الدراسي، ويظل مؤشر الانحسـار في حالـة هـبوط وتذبـذب طـيلة أشـهر الدراسة والتي تتراوح بين 8-9 أشهر.

وتسـمى هـذه الحالـة بحالـة " الطلـب غير المنتظم *Irregular demand* " والـتي يلاحظ فيها أن العديـد مـن المـنظمات تواجـه حالات اختلاف الطلـب (عـلى خدماتهـا) سواء على مستوى الموسم أو الأيـام وحـتى السـاعات، أي موسمـية الطلـب والـتي تسـبب مشـاكل في تحديـد الطاقـة المناسـبة لمواجهـة الطلـب، ومـن أمثلتها: المنظمات المنتجة للمشـروبات الغازيـة، والمـنظمات المقدمة لخدمات النقل والسياحة والفندقة .

ويـتم التكـيف " تسويقياً " مع هذه الحالة بواسطة " التســـــويق المـــــتزامن *Synchronic Marketing* " والذي يهدف إلى إيجاد طريقة لتحقـيق المطابقـة والموائمة بين الطلب والعرض عن طـريق التسـعير المـرن والترويـج وتنشـيط المبـيعات (الخدمـات) أو زيـادة الطاقـات المـتاحة عن طريق تشـغيل الأفراد أوقات إضافية، مشاركة العملاء في تأدية الخدمة .. إلخ (15) .

ويمكــن تطبــيق " التســويق المــتزامن " لضــمان اسـتمرارية الـتردد طيلة شهور العام على المكتبات العامـة بشكل شبه منتظم، وذلك من خلال تنشيط الخدمـات التقلـيدية مثل: خدمة الاطلاع الداخلي والإعـارة الخارجـية والتصـوير، مـع ربـط هـذه الخدمـات بالخصـائص الديموجرافـية للمسـتفيدين مثل: العمر والحالة التعليمية والحالة الوظيفية .

فالمعـروف أن النسـبة الأكـبر مـن المترددـين عـلى المكتبات العامة خلال الموسم الصيفي (أو ما يعرف بمهـرجان القـراءة للجمـيع) مـن الطـلاب -بلغـت نسبتهم المئوية 95.3٪ من إجمالي أفراد العينة- والذيـن يمكـن جذبهـم لتلك المكتبات العامة خلال الموسـم الشـتوي (أو مـا يعـرف بالموسـم الدراسـي) بـتوفير بعـض أوعـية المعلومـات المتصلة بمقرراتهم الدراسـية، عـلى أن يؤخـذ في الاعتــبار الــتوازن المطلـوب بين مجموعات المقتنيات حتى لا تتحول المكتبات العامة إلى مكتبات مدرسية أو جامعية .

كمـا أن هـناك نسـبة تتزايد أعدادها بشكل مستمر مـن المسـتفيدين الذيـن خـرجوا مـن العمـل سـواء بـبلوغهم سـن المعـاش أو المعاش التقاعدي (المبكر) وهـذه الفـئة تتشـكل احتـياجاتها المعلوماتـية مـن

[15] – محمـــد فـــريد الصـــحن. التسويق: المفاهيم والاستراتيجيات. مرجع سابق. ص 50

الدوريـات العامـة (الصـحف اليومـية والمجـلات الأسبوعية والشهرية) بالإضافة إلى الكتب والمراجع ذات الصبغة التاريخية والدينية .

لـذا على المكتبات العامة أن تدرس فئات المترددين عليها مـن الـنواحي الديموجرافية: العمر والحالة التعليمـية والحالة الوظيفية، وتعمل على إيجاد " تشكيلة الخدمات " التي توائم بين تلك الخصائص الديموجرافية من ناحية وبين كونها "مكتبة عامة" من ناحية أخرى .

ويمكـنها أن تضـم تلـك المكتـبات العامـة– لقائمـة تشـكيلة الخدمـات والأنشـطة التي تقدمها، أفكاراً جديدة مثل:

- خدمة البث الانتقائي لنتائج البحث عبر شبكة الإنترنـت، مـن خـلال إرسـال هـذه النتائج إلى الأعضـاء بالبريد الإلكتروني، وذلك بعد أن يقوم الأعضـاء الراغـبون في الاشـتراك بهـذه الخدمـة بموافـاة المكتـبة بعــناوين بـريدهم الإلكترونـي بالإضـافة إلى الكـلمات الدالة على اهتماماتهم أو تخصصاتهم العلمية أو المهنية.
- إقامــة معــارض للكتــب والمــراجع والوســائط الحديثة بسعر مخفض .
- إقامـة معـارض لعـرض وبـيع المشـغولات الفنية الـيدوية وغيرهــا مــن إنــتاج أعضــاء المكتــبات التابعة لجمعية الرعاية المتكاملة .

- **استراتيجيات التسعير :**

يعتـبر عنصـر " التسـعير " مـن العناصـر الهامة في المـزيج التسـويقي، لا سيما في المجتمعات النامية والـتي يقل فيها مستوى دخل أفرادها مما يدفعهم إلى إعــادة ترتيــب حاجــاتهم وإعطــاء أولويــات الإشباع لحاجاتهم المادية من مأكل ومسكن وملبس وذلك على حساب إشباع الحاجة للمعرفة وتحقيق الذات .

وتعتـبر الحاجـات الإنسـانية المفهـوم الأساسـي لدراسـة التسـويق، فالإنسـان لديـه العديـد مـن الحاجـات الـتي يسعى إلى إشباعها. وتتضمن هذه الحاجـات مجموعـة الحاجـات الماديـة للطعـام والملبس والـدفء والأمان، والحاجات الاجتماعية للانـتماء والـتفاعل والـتقدير، والحاجـات الفـردية لـلمعرفة وتحقـيق الـذات، وبطبـيعة الحال يسعى الفـرد إلى الـتدرج في إشـباع هـذه الحاجات بحيث ينتقل من مستوى معين للحلجات بعد إشباعها إلى مستوى أعلى لمحاولة تحقيقها وإشباعها .

ويلاحـظ أن الحاجـة غـير المشـبعة قد تفرض على الفرد تصرفين أساسين وهما: (أ) التطلع إلى إشباع الحاجـة أو (ب) محاولـة تقلـيل مستوى الحاجة. ويلاحـظ أن حاجـات الفرد تخـتلف مـن مجـتمع لآخـر حسـب مسـتوى الـتقدم الاقتصـادي داخـل المجـتمع. ففـي المجـتمعات المـتقدمة اقتصـادياً يـتطلع الفـرد إلى إشـباع حاجاته ويساعده في ذلك ارتفـاع مستوى دخلـه ومن ثم قدرته على الإشباع بعكس الأفراد في المجتمعات المتخلفة نسبياً والذين يسـعون إلى التقلـيل من مستوى الحاجة أو محاولة إشباعها بما هو متاح من سلع وخدمات (16) .

لــذا فـإن التسـعير يعتـبر مــن أحـد القـرارات الاسـتراتيجية الـتي تؤثـر عـلى نجـاح الجهـات المقدمـة لخدمـات المكتـبات والمعلومـات، حيـث تسـتمد أهمـية قرار السعر ليس فقط من تأثيره على المـزيج التسـويقي باعتـباره أحـد عناصـره، ولكـن الـتأثير يمـتد ليشـمل الأداء الكلي لهذه الجهات،

[16] – محمــد فــريد الصــحن. التسويق: المفاهيم والاستراتيجيات. مرجع سابق. ص 8

فبالإضـافة إلى مساهمة قرارات التسعير في زيادة أو تقليل الربحية، فإنه يمكن استخدامه كعنصر فعال ومؤثـر في جـذب أعضـاء جـدد للمكتـبات الـتي تتبعها.

معنى السعر :

يمكـن التعـبير عـن السعر عـلى أنه القيمة المعطاة لسلعة أو خدمة معينة، والتي يتم التعبير عنها في شكل نقدي. فالمنفعة التي يحصل عليها المستهلك مـن شراء سلعة أو خدمة معينة يعبر عنها في شكل قـيمة معيـنة يـتم ترجمـتها من جانب الشركة (أو المـنظمة بشـكل عـام) في شـكل سعر معـين يدفعه المسـتهلك (أو المستفيد) ثمناً لهذه المنفعة. وبالتالي فـإن السـعر المدفـوع لا يعكس فقط المكونات المادية للسـلعة (أو الخدمـة) ولكـن يمكـن أن يشمل أيضاً العديـد من النواحي مثل: النفسية، شهرة المنتج، مجموعـة الخدمـات المقدمـة والمرتبطة ببيع السلعة أو الخدمة (17) .

وحسـب الـنظرية الاقتصـادية تـتحدد الأسـعار في السـوق وفي ظل المنافسة الكاملة بتفاعل العرض مع الطلـب حـتى تصـل إلى سـعر التعادل، وهو السعر الـذي تتسـاوى فـيه قوى العرض مع قوى الطلب. والسـعر الـذي يتحدد بالعرض والطلب هو ما يطلق عليه سـعر السوق *Market price*، والأسعار الـتي تـتحدد في المـزادات العلنـية هـي أقـرب مـا نلمسـه مـن أمـثلة عـلى تقـابل العـرض مع الطلب وتحديـد السـعر عـلى أسـاس توافـق العـرض مـع الطلب .

وإذا كـان غالبـية المنـتجين يلجـئون إلى تحديـد أسعارهم على أساس التكلفة ثم إضافة نسبة معينة تمـثل الـربح الـذي يجدونـه مجزياً لهم فإن هؤلاء المنـتجين عندما يضعون أسعارهم ويعرضون سلعهم في السـوق لا يحـددون أسـعارها اعتباطاً، وإلا فإن سـلعهم سـتظل إمـا بـدون بـيع إذا كانت الأسعار أعـلى ممـا يجـب أن تكـون علـيه، وإمـا أن تـنفذ سـلعهم في الحـال ويحققـون خسـائر أو لا يحققون أرباحـاً عـلى الإطـلاق إذا كانـت أسعارهم أقل مما يجب .

إن هـؤلاء المنـتجين عندما يحددون أسعارهم يجب أن يعـتمدوا عـلى معلومـات دقيقة عن السوق وعن الطلـب المحتمل للمستهلك ومدى قدرته على دفع أسـعار معيـنة، وعـلى مركـز السـلعة التنافسـي في السـوق، وطبيعة السوق الذي ستنزل فيه، كل هذه العوامـل يأخذها المنتج أو بائع السلعة في الحسبان عـندما يحـدد نسـبة الـربح التي يضيفها إلى تكلفة السلعة (18) .

أساليب تحديد السعر :

هـناك العديـد مـن الأسـاليب والمداخـل المستخدمة كأساس لتحديد أسعار المنتجات (سلع وخدمات)، ومنها:

1. التسـعير عـلى أسـاس الـتكلفة: تعتـبر هـذه الطـريقة مـن أبسـط طـرق التسـعير وأكـثرها شـيوعاً ويطـبق علـيها مدخـل " التكلفة زائد *Cost plus* " ووفقـاً لهذه الطريقة يتحدد السـعر كـالآتي :السـعر= التكالـيف الكلـية+ هـامش الـربح وقد يتحدد هامش الربح كنسبة مـئوية مـن التكالـيف أو كنسـبة تحقـق عائد معـين مـن الاستثمار، وتعتبر هذه الطريقة من

[17] – محمـد فـريد الصـحن. التسويق: المفاهيم والاستراتيجيات. مرجع سابق. ص ص 288-289

[18] – صلاح الشنواني. الإدارة التسويقية الحديثة: المفهـوم والاستراتيجية. الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 2000. ص 164

الأسـاليب المناسـبة لكـثير مـن الشـركات (المنظمات) الصناعية والخدمية .

2. التسعير على أساس الطلب: يعتبر الطلب على السلعة (أو الخدمة) أحد القوى الرئيسية التي تحدد سعر السلعة (أو الخدمة)، فبينما تضع التكاليف الحدود الدنيا للسعر الذي يمكن أن تباع به السلعة (أو الخدمة)، فإن مستوى الطلب يضع الحدود القصوى لما يستطيع المستهلك دفعه. والمعروف أن عملية التبادل –بين المنظمة والمستهلك تعتمد– على مدى الإشباع المتحقق بواسطة السلعة (أو الخدمة) للمستهلك، فإذا كان الإشباع المتوقع من السلعة (أو الخدمة) أقل من السعر المدفوع فإن عملية التبادل لن تتم، ولهذا فإن الطلب على السلعة (أو الخدمة) يعكس السعر الذي عنده يكون المستهلك مستعداً للحصول على السلعة (أو الخدمة)، والذي عنده تتساوى المنفعة المتحققة من السلعة (أو الخدمة) مع سعرها المعلن.

3. التسعير على أساس أسعار المنافسين: تقوم هذه الطريقة على أساس تحديد أسعار منتجات الشركة (أو المنظمة) بعد الأخذ في الاعتبار أسعار السوق لمواجهة المنافسة، وهناك ثلاثة بدائل مطروحة في هذا المجال:

أ- التسعير في مستوى المنافسين.

ب- التسعير أقل من مستوى المنافسين.

ج- التسعير أعلى من مستوى المنافسين(19).

[19] – محمد فريد الصحن. التسويق: المفاهيم والاستراتيجيات. مرجع سابق. ص ص 296-310

وقد تبين من الجداول الإحصائية المقارنة في أحد الدراسات الخاصة بتسويق خدمات المعلومات أن أغلبية أفراد عينة الدراسة مع ثبات القيمة الحالية لرسوم الاشتراك بالمكتبات التابعة لجمعية الرعاية المتكاملة وذلك بنسبة 86.6٪، أما الأقلية فتنقسم إلى فريقين: فريق مع تخفيض قيمة الرسوم الحالية بنسبة 8.8٪، وفريق مع زيادتها وهم يمثلون نسبة 4.6٪ .

كما تبين أن عنصر التسعير يحتل المركز الأول في التأثير على جذب المشتركين بالمكتبات التابعة لجمعية الرعاية المتكاملة بنسبة 86.6٪، ويليه عنصر منافذ التوزيع بنسبة 14.4٪، ثم عنصر تصميم المنتجات بمتوسط نسبي 11.1٪، وأخيرا عنصر الترويج بنسبة 6٪، مما يؤكد على مدى تأثير عنصر " التسعير " في تسويق خدمات المعلومات بتلك المكتبات، وبالتالي على أعداد أعضاء المكتبات العامة والمستفيدين منها، ومما يجعل الباحث يدعو المسئولين عن قرار تسعير خدمات المعلومات بالمكتبات–لا سيما العامة منها– إلى مراعاة هذا العنصر ومراعاة مدى تناغمه مع باقي عناصر المزيج التسويقي، بالإضافة إلى مراعاة الظروف والتحولات الاقتصادية التي تمر به بلادنا، وتأثير ذلك على مستوى الدخل للفرد ومدى القدرة على إشباع الحاجات الأساسية ومن حاجته للمعرفة، حيث نجد " أسباباً اقتصادية للقصور الواضح في معدلات القراءة لدى الأطفال، حيث إن القوة الشرائية لشريحة عريضة من المواطنين، منخفضة عموماً، وحتى في الأسر ذات الدخل المعقول، فإن الكتب لا تزال لهم باهظة

الثمن. لذلك فإنهم لا يعطونهـا أولويـة في قائمـة مشترياتهم"(20).

وفي هـذا السـياق يقـترح الباحـث مجموعـة مـن المداخـل الإضـافية لتسـعير خدمـات المعلومـات بالمكتبات العامة :

1. مدخـل المنافع المرتـبطة بالخدمة: بمعنى أن تكـون هـناك مسـتويات سـعرية مـتدرجة، بحيـث يكـون هناك سعراً لدخول المكتبة مع التمـتع بخدمـة واحـدة أساسـية وهـي خدمة الإطـلاع الداخلـي عـلى مقتنياتها، وأن يكون هـناك سعراً لدخولهـا مـع التمـتع بخدمـتي الإطـلاع والاسـتعارة الخارجـية، وأن يكـون هـناك سـعراً لدخولهـا والتمـتع بجمـيع الخدمات والأنشطة .

2. مدخـل الخصم بالكمـية: بمعنى تقليل رسوم العضـوية عـند زيـادة أعدادهـا، بحيـث يـتم محاسـبة الفرد الواحد بالقيمة الكاملة للرسوم أو ما يمكن تسميه بالاشتراك الفردي، أما إذا كـان رب أسـرة فـتم محاسـبته هـو شخصياً بالقـيمة الكاملـة للرسـوم ومحاسـبة الأفـراد المنتسـبين إلـيه–مـن الدرجـة الأولى: الـزوجة والأبـناء– بنصف قيمة الرسوم الواجب دفعها لـو كـانوا فـرادى، أي مـا يمكـن تسـميته بالاشـتراك العـائلي وهـذا الـنظام عملـت بـه إحدى المكتبات العامة المصرية (مكتبة مبارك العامة بالجيزة) .

3. مدخـل الخصـم بالمدة: بمعنى أن تكون هناك عـدة مستويات لرسوم الاشتراك ترتبط بالمدى الـزمني الـذي تغطـيه، فـيكون هناك اشتراك لمـدة ثـلاث سـنوات وتكـون تكلفـته تعـادل 250٪ مـن تكلفـة الاشـتراك السنوي، ومع وجـود مسـتوى الاشـتراك السـنوي يضـاف مسـتويين آخـرين وهمـا مسـتوى الاشـتراك الصـيفي وتكـون تكلفـته 75٪ مـن تكلفـة الاشـتراك السنوي ويصلح للفترة من أول شهر مـايو حـتى نهايـة شهر سبتمبر، أما مستوى الاشـتراك الدراسـي فـتكون تكلفته 50٪ من تكلفـة الاشـتراك السـنوي ويصـلح للفـترة من أول أكتوبر حتى نهابة شهر إبريل.

4. المدخـل الديموجـرافي: بمعـنى عمـل شـرائح مالـية للرسـوم وفقـا للخصائص الديموجرافية للمسـتفيدين من تلك المكتبات، بحيث تراعي هذه الشرائح الفوارق في حالة العمل (يعمل أو على المعاش)، والفوارق في الحالة الاجتماعية ومسـتوى الدخل، وذلك أسوة بما تم مراعاته حسـب الحالـة العمـرية (أطفـال: حتى 15 سنة، كبار: فوق 15 سنة) .

[20] – فقــرة من نص خطاب السيدة سوزان مبارك بتاريخ 1991/5/23 بمناسبة انطلاق الحملة القومية للقراءة للجميع (الباحث)

أمن المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات

أ. مشيرة أحمد صالح

مدرس مساعد بقسم المكتبات والمعلومات - جامعة عين شمس

شغلت قضية أمن المعلومات في الآونة الأخيرة اهتمام أفراد المجتمع والمتخصصين، والواقع أنه نتيجة لظهور تكنولوجيا الحاسبات الشخصية والخوادم serversوالشبكات والأقراص المدمجة والاتصال عبر الإنترنت وتسويق المكتبة عبر صفحة الويب، أصبحت المكتبات ومراكز المعلومات تمتلك أفضل أجهزة الحاسب الآلي Computers وأكبر أجهزة الخادم Servers كما أنه أصبح مطلوباً من المكتبات جمع معلومات شخصية عن المستفيدين من المكتبة، بالإضافة إلى أن النظم الآلية المتكاملة للمكتبات Integrated Library System ومواقع الويب Web Sites تعد مخازن مركزية ضخمة تحتوي على معلومات شخصية عن المستفيد والعمليات البحثية التي قام بها واهتماماته القرائية[1]، وهي لم تختلف في ذلك عن بقية مؤسسات المجتمع .

والواقع أن الحرص على أمن المعلومات ليس بالموضوع الجديد على المكتبات، فقد كانت المكتبات ولازالت تحمى مجموعاتها بأساليب متعددة تتمثل في إجراءات الصيانة، والتجليد، والترميم، وكذلك باستخدام النظم الأمنية التي تكفل حماية مجموعاتها، مثل: التشفير، وأنظمة جدران النار، وبرامج مضادات الفيروسات، والنسخ الاحتياطي[2].

إن أمن المعلومات ليس مجرد أمن الحاسب الآلي. إذ إن أمن الحاسب الآلي computer security يرتبط بتأمين أو أمن النظم المحسبة ضد الاستخدام والوصول غير المرغوب للمعلومات، وأمن المعلومات أيضا يحتوي على قضايا مثل إدارة المعلومات information management وخصوصية المعلومات information privacy، وتكامل وصحة البيانات data integrity. فعلى سبيل المثال، يحتوى أمن المعلومات في المكتبة على الأمن الشخصي personal security والسياسات policies والخطوات التي تتخذ للنسخ الاحتياطي الفعال effective backups، والتكامل المادي للتجهيزات المحسبة the physical integrity of computing facilities[3].

وأمن المعلومات الفعال في المكتبات يجب أن يشتمل على :

1. اختيار وتعيين الموظفين للقيام بمهام أمن المعلومات .
2. تدريب كل الأشخاص (المستفيدين والموظفين) على إجراءات وقضايا أمن المعلومات .
3. السياسات الخاصة التي تعالج مسائل خصوصية أمن المعلومات information privacy، والأمن المادي للأجهزة physical security of equipment، وإجراءات أمن الحاسب الآلي computer security procedures، ومستويات الأمن المادي physical security plans .
4. مقاييس ومعايير تكامل وصحة البيانات data integrity measures .

5. مستويات الوصول إلى البيانات أو الأجهزة، ومراقبة الأشكال المختلفة من الوصول إلى المعلومات[4].

وأمن المعلومات يتكون من ثلاثة عناصر أساسية، وهي :

1. درجة السرية المتعلقة بمعلومات معينة أو وثائق تتطلب حماية Confidentiality: وتعني التأكد من أن المعلومات لا تكشف ولا يطلع عليها من قبل أشخاص غير مخولين بذلك .
2. أمن وسلامة واكتمال المعلومات والبيانات Integrity: فالتأكد من أن محتوى المعلومات صحيح ولم يتم تعديله أو العبث به، وبشكل خاص يؤدي إلى عدم تدمير المحتوى أو تغيره أو العبث به في أية مرحلة من مراحل المعالجة أو التبادل سواء في مرحلة التعامل الداخلي مع المعلومات أو عن طريق تدخل غير مشروع .
3. إتاحة المعلومات أو إمكانية الحصول عليها Availability: أي التأكد من استمرار عمل نظام المعلومات، وقدرته على التفاعل مع المعلومات وتقديم الخدمة للمستفيد، وأنه لن يتعرض إلى منع استخدامه للمعلومات أو دخوله إليها.

وهذه العناصر الثلاثة هي التي تؤلف برامج الأمن الفعالة لحماية معلومات المكتبة ومواردها، والإعداد الفني، والمدخلات والمخرجات، والتي تكون متاحة عندما يحتاج إليها المستفيدون المرخص لهم بالاستخدام[5].

أهم صور جرائم الحاسب الآلي والشبكات :

ومن الممكن تقسيم المخاطر أو الجرائم التي تتعرض لها نظم المعلومات إلى مجموعتين أساسيتين :

المجموعة الأولى: جرائم تقع على الحاسب الآلي والإنترنت .

الجرائم التي تقع على الحاسب الآلي والإنترنت هي الجرائم التي يكون فيها الحاسب الآلي وشبكة الإنترنت هدف المجرم، وهي ذاتها محل الاعتداء. ومن هذه الجرائم :

1) جرائم الاختراقات Hacking

الاختراق هو الدخول غير المصرح به إلى أجهزة الحاسب الآلي وشبكات المعلومات، وذلك اعتمادا على برامج الاختراق المتوفرة على شبكة الإنترنت، ويستهدف الاختراق بالدرجة الأولى نظم المعلومات (الحاسب الآلي، والشبكات بصفة عامة وشبكة الإنترنت بصفة خاصة) التي تفتقر إلى الأمن أو تشتمل على الثغرات الأمنية في نظم الحماية الخاصة بها. وتختلف أهداف جرائم الاختراقات ما بين تدمير المواقع على الإنترنت، واختراق المواقع الرسمية والشخصية والتحريف فيها، والاقتحام والدخول عنوة إلى نظام المعلومات للوصول إلى ملفات البيانات لتغيير أو تعديل أو مسح أو تخريب أو سرقة معلومات معينة، أو استخدام النظام في أغراض غير مشروعة، مثل: تخزين البرمجيات التي يحصل عليها الفرد عن طريق القرصنة والدخول إلى شبكات الهواتف بأنواعها لاستغلال الموارد المتاحة فيها، وكسر شفرات البرمجيات التطبيقية المحمية أو الملفات المشفرة، ونشر الفيروسات لإحداث خلل في أداء نظام المعلومات، واختراق البريد الإلكتروني للآخرين أو الاستيلاء عليه أو إغراقه، والاستيلاء على اشتراكات الآخرين وأرقامهم السرية[6].

2) الفيروسات Viruses

والفيروس هو " عبارة عن برنامج حاسب آلي مثل أي برنامج تطبيقي آخر، ولكن يتم تصميمه بواسطة أحد المخربين بهدف محدد، هو إحداث

أكبر ضرر ممكن بنظام الحاسب الآلي، ولتنفيذ ذلك يتم إعطاؤه القدرة على ربط نفسه بالبرامج الأخرى، وكذلك إعادة إنشاء نفسه حتى يبدو كأنه يتكاثر ويتوالد ذاتيا، مما يتيح له القدرة على الانتشار بين برامج الحاسب المختلفة، وكذلك بين مواقع مختلفة في ذاكرة الحاسب الآلي حتى يحقق أهدافه التدميرية[7]."

والفيروسات لا تظهر صدفة، بل يكتبها مبرمجون ذوو مهارات عالية عادة، ثم يجدون طريقة لنشرها في أجهزة المستخدمين الغافلين عنها. وكلما أصبحت برامج مكافحة الفيروسات أقوى، زاد المبرمجون من جهودهم لتطوير فيروسات أذكى، للتحايل عليها. والهدف من تطوير الفيروسات، بالنسبة للكثير من مؤلفيها، ليس أكثر من التحدى، والرغبة في إثبات تفوقهم، بينما هو للبعض الآخر تلذذ بإثارة حيرة الآخرين وشكوكهم في الحاسب الآلي، أو إزعاجهم، وحتى إيذائهم، وهذا أمر سيئ جداً، إذ يمكنهم أن يجنوا أموالاً طائلة، إذا وجهوا مواهبهم لمساعدة الشركات. وقد لا يتجاوز تأثير الفيروس بعد انتشاره أداء عمل غير ضار مثل ترك رسائل غير مرغوبة، أو تدمير مساحات تخزين على القرص، وجزء من ذاكرة الحاسب الآلي، كما يشغل جزءا من طاقة المعالج، ومن ثم فهو يؤثر على سرعة وكفاءة الجهاز، ومسح أو تدمير البيانات، وإعادة تهيئة الأقراص الصلبة. والفيروسات تنتشر في المقام الأول عن طريق الأقراص المرنة، أو البرامج المنقولة عبر الشبكات (ومن بينها الإنترنت)، كجزء من برنامج تركيب نسخة تجريبية من تطبيق معين، أو ماكرو لأحد التطبيقات الشهيرة، أو كملف مرفق (attachment) برسالة بريد إلكتروني[8].

ويقدر مكافي MCAFEE، وهو من أهم بائعي البرمجيات المضادة للفيروسات، أن حوالي 70٪ من مجموع الفيروسات تكون منقولة عن طريق الإنترنت، مع ملاحظة أن هذه الفيروسات تتغير باستمرار، فتقترب بعض الفيروسات من بعضها وتتشابه وتظهر أنواع جديدة[9]. ومن أخطر وأشهر الفيروسات في تاريخ شبكات الحاسب الآلي [10]:

1. فيروس الشفرة الحمراء Code Red ضرب شبكة الإنترنت في عام 2001 وأحدث الكثير من الخسائر.
2. فيروس جرثومة الحب Love bug أسرع الفيروسات انتشارا عبر التاريخ، وكان مكتوبا بلغة (VB script) واستغل برنامج البريد الإلكتروني (Outlook) للانتشار. وقدرت خسائره بمبلغ 10 بلايين دولار .
3. فيروس مليسا ثاني أسرع الفيروسات انتشارا عبر التاريخ واستخدم في انتشاره البريد الإلكتروني، وقد أصاب أكثر من 1.2 مليون جهاز حاسب آلي خلال ساعات قليلة .

وهناك برامج أخرى مصممة لإلحاق الأذى بالحاسبات، ويطلق عليها أيضا مصطلح فيروس على الرغم من أنها لا تستطيع نسخ نفسها، ومنها ما يأتي :

أ. حصان طروادة **Trojan Horse**

نسبة للأسطورة الإغريقية الواردة في ملحمة الأوديسا لهوميروس[11]. وتعتمد برامج أحصنة طروادة على المبدأ ذاته، فهي تختبئ ضمن برامج يبدو مظهرها بريئاً، وعندما يشغل المستخدم واحداً من هذه البرامج، ينشط الجزء الماكر ويقوم بعمل معين مصمم له. وتختلف أحصنة طروادة عن الفيروسات العادية، في أنها لا تعيد إنتاج نفسها[12].

وحصان طروادة هو برنامج غير مرخص unauthorized متضمن في برنامج شرعي legitimate، ويقوم البرنامج غير المرخص

بجملة من الأنشطة غير المشروعة التي لا يريدها المستخدم، مثل: سرقة كلمة المرور، واستنساخ الملفات أو إلغائها دون علم المستخدم، والتجسس ومتابعة كل ما يتم عمله من إجراءات، وتقوم أحيانا بنوع آخر من الأذى على الأجهزة المصابة، مثل تشفير البيانات، أو التعريض والتشهير بنظام المعلومات من خلال كشف أسراره[13].

ولا يمكن لحصان طروادة أن ينسخ نفسه والالتصاق بالبرامج الأخرى، ولكنه يؤدى عملا معينا تم تصميمه من أجله، فهو يقوم بأداء أعمالٍ عادية توحي للمستخدم بأنه يقوم بعمل معين في حين أنه في واقع الأمر يؤدى عملا آخر تخريبياً في الغالب[14].

والإصابة بهذا النوع من الفيروسات لا يتم إلا عن طريق استلام ملف يحوى هذه الآفة، ويتم إعداده بواسطة مبرمج متخصص، وليس هناك احتمال لنشوء حصان طروادة نتيجة لعملية طباعة عشوائية يقوم بها المستخدم على الحاسب الآلي حتى لو استمرت هذه العملية بضعة أيام[15].

وتكمن خطورة حصان طروادة في صعوبة تحديد مستوى الاختراق الذي حققه في النظام، الأمر الذي يورث إدارة النظام قلقا مستمرا حتى بعد اكتشافه، لصعوبة تحديد حجم الاختراق، والمدى الذي ستمتد عليه تأثيراته.

ب. القنابل المنطقية Logic Bombs والقنابل الموقوتة Time Bombs

القنابل المنطقية هي من أنواع أحصنة طروادة، وتعمل عند حدوث شرط منطقي محدد، مثل: وصول الموظفين لعدد معين، أو رفع اسم أحد الموظفين من كشف الرواتب، أو كتابة كلمة معينة[16].

أما القنابل الموقوتة فهي أيضا من أنواع حصان طروادة، وتقوم بتنفيذ مجموعة من التعليمات في وقت وتاريخ محددين، مثل إظهار رسائل معينة على الشاشة (فيمكن برمجة قنبلة مثلاً، لمسح كافة الملفات ذات الامتداد .DOC من على القرص الصلب، عشية رأس السنة الميلادية، أو لعرض رسالة على الشاشة، في اليوم المصادف لعيد ميلاد شخصية مشهورة)، أو مسح نظام المعلومات نفسه. وليس التوقيت فقط هو المقياس الوحيد لبدء القنابل الموقوتة، فهذه القنابل قد تبدأ بالعمل عند تشغيل برنامج معين لعدد محدد من المرات[17].

ج. الديدان Worms

لا تحتاج الدودة إلى برنامج آخر تلتصق به للقيام بدورها كما هو الحال بالنسبة للفيروس، فهى عبارة عن برنامج قائم بذاته ويوجد بشكل مستقل عن أي برنامج آخر، ولديها القدرة على نسخ نفسها والانتقال من ملف إلى آخر، ومن جهاز إلى آخر متصل بالشبكة. وهذه الديدان لا تكون مدمرة، ولكن لديها ميول عدوانية، مثل استهلاك الذاكرة أو المعالج أو الأقراص أو سائر موارد الحاسب مما يؤدى إلى زيادة عبء على تحميل الشبكة، ومن ثم توقف النظام[18].

ط. الكوكيز cookies

الكوكيز عبارة عن ملفات نصية تضعها معظم مواقع الويب عندما يتم زياراتها لأول مرة على القرص الصلب الخاص بجهاز الحاسب الآلي المستخدم، وتحتوي هذه الملفات النصية (الكوكيز) على معلومات عن الشخص أثناء تصفحه لمواقع الويب المزارة، مثل عنوان IP الخاص به، ونوع المتصفح الذي يستخدمه، ونظام التشغيل مما يعد انتهاكاً لخصوصية المستخدم، كما تتيح للموقع الذي أودعها أن يسترجعها عند الحاجة، أو عند زيارة الشخص للموقع مرة أخرى[19]. ومع أنها وسيلة اتبعت ابتداء لغرض غير جرمي وهو إرسال بريد إلكتروني من الشركات التجارية في إطار

أنشطتها الدعائية، إلا أن ذلك لا يمنع أنها تمثل كشفا عن بيانات قد لا يرغب الشخص في الكشف عنها. فشركة مثل دبل كليك Double click استخدمت ما حصلت عليه من رسائل الكوكيز لتحديد أهداف وجهة خطط الإعلان على الخط.

إن ملفات الكوكيز، وبعيدا عن فوائدها، مثلت وسيلة مهمة لملاحقة واقتفاء أثر المستخدمين وجمع المعلومات عنهم وتحليلها لغايات الإعلان ولغايات الدراسات التسويقية على الخط. ولم تكن هذه المعلومات بعيدة عن الاستغلال في أغراض غير مشروعة أو على الأقل لا علم لصاحبها بها ولم تتح له خيارات هذه الاستخدام أو رفضه[20].

ويستطيع متصفح الإنترنت internet browser تخزين ملفات الكوكيز تلقائياً ومع ذلك يمكنك أن تختار رفض تخزين بعض ملفات الكوكيز أو أن يطلب موافقتك قبل أن يحفظ أي كوكيز على القرص الصلب، من خلال تعديل الأفضليات في المتصفح. ومع ذلك إذا رفض المتصفح تخزين ملفات الكوكيز قد لا تتوفر بعض مزايا الموقع لك، وقد لا تعرض بعض صفحات الموقع بشكل ملائم. ويهدف الكوكيز إلى جمع بعض المعلومات عن المستخدم وكيفية استخدامه لجهاز الحاسب الآلي، فعلى سبيل المثال يستطيع الكوكيز تسجيل قائمة بمواقع الويب المزارة من خلال الحاسب الآلي، ويمكن استخدام الكوكيز في الإعلان المباشر للزبائن المحتملين، ومعرفة كلمة السر الخاصة بالمستخدم في حالة المواقع التي تتطلب إدخال كلمة مرور لتسمح للمستخدم بزيارة الموقع، أيضا يمكن استخدام الكوكيز في تجميع معلومات شخصية عن المستخدمين من خلال سجلات استخدام الإنترنت records of internet use، وإعداد نسخة أخرى من البيانات العامة والخاصة الموجودة في قاعدة البيانات عن الأشخاص. وهذه المعلومات مثل: الاسم، العنوان، رقم التليفون، المرتب، التأمين الصحي، عادات الأكل إلى أخر ذلك[21].

3) قرصنة البرامج والشبكات Software and Network Piracy

قرصنة البرامج software piracy هي نسخ برامج الحاسب الآلي التي تتمتع بحق النشر أو التأليف دون تفويض أو ترخيص. وهناك أساليب عديدة لنسخ هذه البرامج، منها: نسخ برنامج من قرص مرن لقرص آخر، أو تحميل البرنامج على جهاز الكمبيوتر من على شبكة الإنترنت وعمل نسخة منه[22].

أما قرصنة الشبكة network piracy فهي توزيع المواد التي تتمتع بحق النشر والتأليف في صورة تسجيلات رقمية عبر شبكة الإنترنت دون الحصول على ترخيص بذلك[23].

4) الانتهاكات التي تتعرض لها نظم المعلومات من خلال الأشخاص :

أ. الموظفون

يعد الموظفون من العناصر الأساسية التي قد تؤدي إلى تهديد أمن المعلومات بالمكتبة وإلحاق الضرر بها، سواء بشكل مقصود نتيجة لدافع معين (الرغبة في الإساءة للمكتبة، الكراهية، الملل، الطمع، أو الرغبة في التحدي)، أو بشكل غير مقصود، فبعض الموظفين قد لا يكونون على المستوى الفني المطلوب، ومن ثم فقد يتسببون في تدمير البيانات في النظام دون قصد[24].

وقد يرتكب الموظفون أخطاءً فاحشة وساذجة، وتؤدي في الوقت نفسه إلى كوارث معلوماتية، ومن تلك الأخطاء[25]:

1. تعليق كلمات المرور: فكثيرا ما يقوم المستخدمون بتدمير كل إجراءات أمن المعلومات بلصق كلمات المرور على مقدمة

شاشة الحاسب، أو على سطح المكتب، حيث يمكنهم رؤيتها بسهولة، هم وكل من حولهم، ثقة منهم فيهم أو لأي سبب آخر، وقد أثبتت دراسة حديثة أن 20٪ من موظفي تكنولوجيا أمن المعلومات يفعلون ذلك .

2. ترك الجهاز مفتوحا: والابتعاد عنه للحظات أو لمدة من الوقت، وهو ما يسهل مهمة السارق في حصوله على كلمة المرور، وبخاصة إذا كان خبيرا بما يفعل أو عليما بما يريد .
3. فتح مرفقات البريد الإلكتروني: فالبعض لا يكلف نفسه عناء التفكير فيما ورد إليه من رسائل .
4. اختيار كلمة مرور سيئة: وهذا ما يخيف خبراء أمن المعلومات؛ إذ يمكن للمقربين التكهن بهذه الكلمة التي ترتبط باسم الابن، أو فريق الكرة، وكلما طالت الكلمة وتعقدت كان التكهن بها أصعب أو مستحيلا، ولاختيار كلمة المرور قواعد يحسن أن تقوم المؤسسات باتباعها .
5. الثرثرة: كأن يجلس الشخص ويقول: لقد غيرت كلمة المرور إلى كذا، أو أضفت كذا، أو حذفت كذا، ولا يدري أنه قد يكون هناك من يتلقف هذه المعلومة ويسهم مباشرة أو بطريقه غير مباشرة في مخاطر جمة .
6. تجاهل سياسة أمن المعلومات: فمهما كانت هذه السياسة جيدة، فإن إهمالها يتساوى مع عدم وجودها، فهناك من العاملين من لا يقتنع بهذه القواعد، ويرى أن لديه الأسباب الوجيهة لإهمالها، فمثلا قد يعطل بعضهم برامج الكشف عن الفيروسات، لأنها تبطئ من سرعة الجهاز .
7. الفشل في مراقبة الموظفين: لأنهم أعلم بأوجه الضرر أكثر من غيرهم .
8. البطء في مواكبة المستجدات: فالجريمة بشكل عام، وجرائم المعلومات بشكل خاص في تطور مستمر، وهي في أغلب الأحيان تسبق وسائل الأمن والحماية، لذا ينبغي تحديث وسائل وسياسات أمن المعلومات بشكل دائم .

ووفقا للدراسات الخاصة بمجال العمل فإن معظم المشكلات الأخلاقية ethical problems متعلقة بالأشخاص المتخصصين في المهنة ؛ إذ إن المهنيين professional يؤدون دوراً مفتاحياً في أي مهنة. كما أن الغالبية العظمى من هذه المشكلات تكون بين الأطباء doctors والمحامين lawyers. ولذلك فإن العديد من المهن خاصة التي تتطلب مهارة واحترافاً من الأشخاص المشتغلين بالمهنة تمتلك تشريعات خاصة بها professional codes وهذه التشريعات تقوم بضبط وتعديل سلوكيات وأنشطة أهل المهنة الواحدة. لأن أهداف وإخلاص العاملين في المهنة الواحدة لا تكون واحدة تجاه المستفيدين أو العملاء. فعلى سبيل المثال، تنص التشريعات في مجال الطب على أنه من الضروري حصول الطبيب على موافقة كتابية من المريض قبل أن يجري العملية الجراحية. أما في مجال المكتبات والمعلومات، فإن العلاقة ما بين أمين المكتبة والمستفيدين تكون عبارة عن عقد أو اتفاقية أو دفاع عن الثقة، وهذا العقد لا يعتمد فقط على مساعدة المستفيد في الوصول إلى المعلومات التي يحتاج إليها واتخاذ القرار، فإنه يمتد أيضا إلى المحافظة على المعلومات الشخصية للمستفيدين وحماية خصوصيتهم وعدم الكشف عن أي معلومات عنهم إلا بعد الحصول على موافقتهم[26].

ب. المستفيدون

لابد من تدريب المستفيدين ومستخدمي النظام بشكل كافٍ فقد يتعمد بعض المستفيدين إلحاق الضرر بالنظام، وذلك بعمل الفيروسات، أو إلحاق الضرر بالأجهزة، وقد يكون الدافع لذلك هو تحدي الإجراءات الأمنية المتشددة التي تتبع ضدهم، ومن ثم لابد من توعية المستفيدين بالأسباب التي تدعو إلى استخدام كلمات المرور، والخروج من النظام log off بطريقة سليمة، وضرورة عمل مسح للأقراص المرنة في حالة جلبها معهم للتأكد من خلوها من الفيروسات[27].

المجموعة الثانية: جرائم تقع بواسطة الحاسب الآلي والإنترنت

إن الجرائم التي تقع بواسطة الحاسب الآلي والإنترنت، أو بمعني آخر الجرائم التي وسيلتها الحاسب الآلي والإنترنت، هي تلك الأفعال التي تتخذ من شبكة الإنترنت وسيلة لارتكابها، من أجل سلب قيمة مادية أو أدبية أو اجتماعية تتجاوز حدود جهاز الحاسب الآلي وشبكة الإنترنت ومنها :

1) المواد الإباحية Pornography

المواد الإباحية هي عبارة عن صور وكتابات وأي مواد أخرى ذات طابع جنسي وتكون في متناول الجميع على شبكة الإنترنت، وتعد صناعة ونشر الإباحية جريمة في العديد من الدول إلا أننا نجد أن مصطلح المواد الإباحية Pornography يتمتع بالحماية القانونية من خلال التعديل الأول للدستور الأمريكي the First Amendment الذي يتغاضى أحيانا عن إباحية الكبار بدعوى الحق في حماية الخصوصية Right of Privacy وحق الفرد في بث أفكاره ونشرها والتعبير عنها بحرية، أما مصطلح الدعارة Obscenity فهو لا يتمتع بحماية التعديل الأول للدستور الأمريكي the First Amendment خاصة عندما يتعلق الأمر بإغراء أو إكراه الأطفال على المشاركة في أي نشاطات جنسية غير قانونية، واستغلال الأطفال لأغراض الدعارة أو في العروض أو في المواد الإباحية[28].

2) جرائم الابتزاز والقذف وتشويه السمعة Defamation

تهدف جرائم القذف وتشويه السمعة إلى إبراز سلبيات المستهدف ونشر أسراره التي قد يتم الحصول عليها بطريقة غير مشروعة بعد الدخول على جهازه، خاصة أن غالبية مستخدمي شبكة الإنترنت لا يكونون على قدر كبير من الحذر والحرص أثناء وجودهم على الشبكة، أو بالافتراء عليه بأخبار غير صحيحة بهدف الإساءة إلى أو تشويه سمعة الشخص[29]. ومن أمثلة هذه الجرائم القضية رقم 6692 إداري شبرا الخيمة، حيث قدمت النيابة العامة المتهم للمحاكمة بالتهم الآتية، أولا: قذف المجني عليها علانية من خلال البريد الإلكتروني بعبارات خادشة لشرفها وهي عبارات تضمنتها وحوتها إحدى عشرة رسالة أرسلها إليها المتهم باستخدام الإنترنت. ثانيا: تعمد المتهم مضايقة المجني عليها، حيث تضررت المجني عليها من قيام المتهم بإرسال رسائل إليها بطريق البريد الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت على عنوان البريد الإلكتروني الخاص بعملها تضمنت عبارات سب وقذف وتشهير بها وإرسال صور فاضحة مخلة بالآداب العامة وخادشة للحياء،

وأن تلك الرسائل علم بها كافة زملائها بالعمل مما سبب لها أضرارا معنوية كبيرة، وأنه بضبطه وضبط الجهاز المستخدم أقر بارتكابه للواقعة بقصد التشهير بها[30].

أما عمليات الابتزاز فهي قد ترتكب من جانب موظفي المؤسسة أو المكتبة الحاليين أو السابقين أو المؤقتين، كما قد ترتكب من جانب المستفيدين أو الموظفين كذلك؛ إذ تشجع حالات عدم الرضا الوظيفي بعض الموظفين على ارتكاب هذا النوع من الجرائم خاصة عند قيام المؤسسة أو المكتبة بفصل بعضهم خلال إجراءات تخفيض العمالة مثلا[31]. ومن أمثلة هذه الجرائم قيام موظف بقسم المعلومات بهيئة المصل واللقاح بإنشاء موقعين عبر الإنترنت مستخدما البريد الإلكتروني لهما وهما يحملان الاسم التجاري للهيئة على شبكة الإنترنت وأرسل إلى الشركات العالمية والمتعاملين مع الهيئة ووكلائها في مصر والخارج رسائل تتضمن سبا وقذفا وتشهير بالشركة وتخوفا من منتجاتها وخاصة الأنسولين والمستحضرات الأخرى، وتم القبض عليه ولقد اعترف بارتكابه الواقعة بسبب تأخير صرف المكافأة 15 يوما، وسوء معاملة المسئولين له[32].

3) انتهاك الخصوصية

الخصوصية الفردية هي حق الفرد في حجب معلوماته الشخصية عن الآخرين. ويعد التطفل على مكتب شخص آخر أو منزله أو جهاز الحاسب الشخصي الخاص به والاطلاع فقط على ما به من بيانات أو حتى أفكاره يعد انتهاكا لهذه الخصوصية[33].

ولا يقتصر الأمر على المعلومات الموجودة في الحاسب الآلي الخاص بالفرد بل يمتد إلى المعلومات الشخصية الموجودة على الإنترنت، فأنت عند اتصالك بأي موقع على الإنترنت فإما أن يترك هذا الموقع على جهازك بعض الملفات الصغيرة (Cookies) أو يحصل منك، سواء برغبتك أو دون أن تدرى على الكثير من المعلومات المسجلة في حاسبك الشخصي[34]. فبمجرد الدخول إلى صفحة الموقع فإن معلومات معينة تتوفر عن المستخدم وهي ما يعرف بمعلومات رأس الصفحة (Header Information) وهي التي يزودها الحاسب الآلي المستخدم للحاسب الآلي الخادم الذي يستضيف مواقع الإنترنت، وهذه المعلومات قد تتضمن: عنوان بروتوكول الإنترنت للمستخدم (IP) ومن خلاله يمكن تحديد اسم النطاق وتبعا له تحديد اسم الشركة أو الجهة التي قامت بتسجيل النطاق عن طريق نظام أسماء المنظمات وتحديد موقعها والمعلومات الأساسية عن المتصفح ونظام التشغيل وتجهيزات النظام المادية المستخدمة من قبل المستخدم، ووقت وتاريخ زيارة الموقع ومواقع الإنترنت وعنوان الصفحات السابقة التي زارها المستخدم من قبل دخوله الصفحة في كل زيارة. وقد تتضمن أيضا معلومات محرك البحث الذي استخدمه المستخدم للوصول إلي الصفحة. وتبعا لنوع المتصفح قد يظهر عنوان البريد الإلكتروني للمستخدم[35].

المراجع :

1. Fifarek, Aimee. Technology and privacy in the academic library .- Online Information Review .- v.26 , n.6 (2002) .- p.366 .

2. فاتن سعيد بامفلح. حماية أمن المعلومات في شبكة المكتبات بجامعة أم القرى: دراسة حالة .- الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات – مج9، ع18 (يوليو 2002) .- ص249 .

3. Gregory, B. Newby .Information security for libraries .-p.1 .- available at: http://www.petascale.org/papers/library-security.pdf

4. Ibid .- p. 2 .

5. Peltier, Thomas R. "Implementing an information security awareness program". Information Systems Security.- v.14, n.2(May/Jun2005).- p.38

6. Thompson , D. .Computer crime the improvement of investigative skills .- National pp. 6- 11.

7. نادية أمين محمد علي. الفيروسات وطرق الوقاية منها كوسيلة لأمن البيانات. في: المؤتمر الدولي حول أمن المعلومات "نحو تعامل رقمي آمن" 18-12/20/2005. مسقط- سلطنة عمان: المنظمة العربية للتنمية الإدارية جامعة الدول العربية، بلدية مسقط سلطنة عمان، 2005 .- ص205 .

8. Boss, R.W. Security technologies for libraries: policy concerns and a survey of available products.- library technology reports.- v.35,n.3 (1999).- p.337

9. Ibid.- p.337 .

10. حسن طاهر داود. أمن شبكات المعلومات .- معهد الإدارة العامة: الرياض، 2004 .- ص 170 .

11. حيث ترك الجيش الإغريقي حصاناً خشبياً ضخماً، كهدية لسكان طروادة، وكان يختبئ ضمنه مجموعة من الجنود الأشداء، بعد أن تظاهروا بإنهاء الحصار الطويل، وعندما رحل الجيش وأدخل السكان الحصان إلى داخل أسوار المدينة، خرج الجند منه وانقضوا على الحامية، وسقطت المدينة في أيدي الإغريق .

12. حسن مظفر الرزو. الأمن المعلوماتي العربي: معالجة أولية .- مرجع سابق .- ص90 .

13. نفس المرجع السابق والصفحة .

14. فاتن سعيد بامفلح. حماية أمن المعلومات في شبكة المكتبات بجامعة أم القرى: دراسة حالة .- مرجع سابق .- ص 260 .

15. حسن مظفر الرزو. الأمن المعلوماتي العربي: معالجة أولية .- مرجع سابق .- ص 90 .

16. فاتن سعيد بامفلح. حماية أمن المعلومات في شبكة المكتبات بجامعة أم القرى: دراسة حالة .- مرجع سابق .- ص 260 .

17. أشرف الغنيمي ؛ إعداد ومراجعة خالد العامري .- نظم الحماية من قراصنة الكمبيوتر .- ط1 .- دار الفاروق للنشر والتوزيع، 1998 .- ص 48 .

18. فاتن سعيد بامفلح. حماية أمن المعلومات في شبكة المكتبات بجامعة أم القرى: دراسة حالة .- مرجع سابق .- ص 260 .

19. Computer intrusions and attacks .- The Electronic Library .- v.17 , n2 (April 1999) .- pp. 116- 117.

20. سيف عبد الله الجابري. أمن المعلومات والخصوصية الفردية. في المؤتمر الدولي حول أمن المعلومات "نحو تعامل رقمي آمن" 18-2005/12/20 .- مسقط- سلطنة عمان: المنظمة العربية للتنمية الإدارية جامعة الدول العربية، بلدية مسقط سلطنة عمان، 2005 .- ص 248.

21. Computer intrusions and attacks .- The Electronic Library .- v.17 , n2 (April 1999) .- pp. 116- 117

22. شريف درويش اللبان. تكنولوجيا الاتصال: المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية .- ط1 .- القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2000 .- ص 205 .

23. المرجع السابق .- ص 206 .

24. فاتن سعيد بامفلح. حماية أمن المعلومات في شبكة المكتبات بجامعة أم القرى: دراسة حالة .- مرجع سابق .- ص 264 .

25. علي بن ضبيان الرشيدي. العدوان على البيئة المعلوماتية خطورته ومواجهته .- مجلة كلية الملك خالد العسكرية .- ع81 (مايو2005) .- متاح في: http://www.kkmaq.gov.sa/Detail.asp?InNewsItemID=164260

26. Hannabuss, Stuart. Teaching library and information ethics .- Library Management .- v.17 , n.2 (1996) .- pp.27 28 .

27. فاتن سعيد بامفلح. حماية أمن المعلومات في شبكة المكتبات بجامعة أم القرى: دراسة حالة .- مرجع سابق .- ص 264 .

28. Nelson, Norman. Legal and liability issues related to internet access .- Library Administration & Management .- v.15 , n.1 .- pp.14- 15 .

29. Eisenschitz, Tamara. Internet law and information policy .- Aslib Proceedings .- v.50 , n.9 (October 1998) .- pp. 268- 269 .

30. محمد محمد الألفي. جرائم التجسس والإرهاب الإلكتروني عبر الإنترنت . http://www.eapiic.org/PortalArabic/Portals/0/Studies/MElalfy3.pdf

31. حسن طاهر داود. جرائم نظم المعلومات .- مرجع سابق .- ص 49 .

32. محمد محمد الألفي. أهم صور جرائم الإنترنت .- مرجع سابق .

33. حسن طاهر داود. جرائم نظم المعلومات .- مرجع سابق .- ص 50 .

34. حسن طاهر داود. جرائم نظم المعلومات .- مرجع سابق .- ص ص 50- 51 .

35. سيف عبد الله الجابري. أمن المعلومات والخصوصية الفردية .- مرجع سابق .- ص 247 .

شبكة المعلومات الدولية مصدراً لمعلومات الأطباء

أ. نجوى شكري
معيدة بقسم المكتبات والمعلومات
كلية الآداب جامعة عين شمس

أحدثت شبكة الإنترنت الدولية ثورة فى مجال المعلومات بصفة عامة والمعلومات الطبية بصفة خاصة، واحتلت فى السنوات الأخيرة مكانة مرموقة كمورد أساسي للمعلومات الطبية بالنسبة للأطباء حيث إنها بالإضافة إلى كونها مصدراً خصباً ومتجدداً للمعلومات الطبية، يمكنها توفير الوقت وسرعة الاستجابة بأقل جهد، هذا بالإضافة إلى إمكانية النفاذ إليها من أي مكان، سواء كان ذلك من خلال العمل أو البيت .

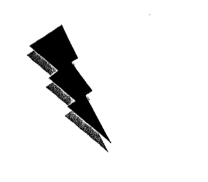
وشبكة الإنترنت تستخدم الآن في معظم الدول المتقدمة على نطاق واسع من جانب العديد من المؤسسات الطبية على اختلاف أنواعها (العلاجية، والتعليمية، والبحثية) وكان من نتيجة استخدام هذه الشبكة على نطاق واسع استفادة هذه المؤسسات وبالطبع الأطباء أيضا من المشاركة فى المصادر العلمية الطبية العالمية بتكاليف معقولة، والاستفادة من الخدمات المتطورة التي توفرها الشبكة والتي بإمكانها أن تلبي وتشبع حاجة الأطباء وغيرهم. بالإضافة إلى ذلك فإن شبكة الإنترنت يمكنها المساهمة فى تحسين صورة المكتبة الطبية، وذلك بإعطائها أبعاد جديدة وإمكانيات حديثة تضفي عليها المزيد من الأهمية لدى المجتمع الطبي من أطباء وممرضين وإداريين وغيرهم.

فلقد أصبح الإنترنت مصدراً يمكن استخدامه واستشارته مثل أي أداة مرجعية أخرى، كما تعتبر مصدراً ديناميكياً ذو آماد وحدود أبعد من أي مصدر آخر فى المكتبة، فهي وسيلة اتصال توسع من التفاعل المحتمل ما بين الأطباء والأطباء الآخرين وما بينهم وبين مرضاهم أيضاً فيما وراء الحدود المادية للمكتبة، وبطرق جديدة غير مألوفة، وكذلك هي وسيلة الاتصال الأقل تكلفة والأكثر سرعة مقارنة بمراصد البيانات المتاحة على الخط المباشر أو المتوافر على الأقراص المدمجة. وتعمل الإنترنت على الارتقاء بخدمة تسليم الوثائق. بالإضافة إلى ذلك فإنها تقدم

إمكانــــــــــات النشــــــــــر الأولى Primary Publishing. وكذلك فإنها تقدم خدمة هامة جـداً للأطباء ألا وهي البحث فى النصوص الكاملة وخدمــة البــث الانــتقائي لــلمعلومات والإعـــارة المتبادلة بين المكتبات الطبية.

فمـن خـلال الإنترنـت يمكـن الـنفاذ إلى العديد من المواقع العربية والأجنبية المفيدة، على سبيل المثال ولـيس الحصـر : مواقـع مـنظمة الصـحة العالمية، عـلاج الإدمـان، القلـب المفـتوح، جـراحة المـخ والأعصـاب،اتحاد أطـباء الأشـعة بأمـريكا، طـب الأسـرة والمجـتمع، شـبكة الأطـباء العرب، مراكز المعلومـات الطبية، مراكز أبحاث التاريخ الصحي، الجمعـيات الطبـية، المكتـبات الطبـية العالمـية، الصـحة وأخـر أخـبارها، الإبـر الصـينية، الطـب الـبديل، موقـع الأطباء، وأشهر المجلات الطبية، والعلـوم العصـبية، والأدلـة الصـحية الـتي يمكـن البحـث مـن خلالها على المجال الصحي المناسب الـــذي يـــريده الطبيـــب أو الباحـــث، وكذلـــك المسـتلزمات الطبية والخدمـات الصحية، والمواقع الطبـية الجـيدة، والمعـاهد والجمعـيات الطبـية والمستشفيات...الخ .

هــذا إلى جانــب العديــد مــن الصــفحات الخاصــة بالعـناية الطبـية وكذلك المواضيع القانونية الطبية. وإمكانـية الوصـول للهيئات الوطنية الطبية التابعة للدولـة، والهيـئات الطبـية الحكومـية والشـركات الطبـية، والمعلومـات القانونية الطبية. ويتيح أيضا الـنفاذ إلى المـنظمات والهيـئات الطبـية والـبرامج التعليمـية الطبـية والأبحـاث القانونـية الطبـية بالإضـافة إلى الوصـول إلى المستشـفيات والمراكـز الطبية.والمواقع الإدارية الطبية والصحية وصناعة الصـحة، الـتي تتـيح معلومـات إداريـة واقتصادية طبـية وآخـر أخـبار صـناعة الطـب والمصـادر التخطيطـية للطـب، وأخـر المسـتجدات القانونـية الطبية.



أضواء على المكتبات ومراكز المعلومات العربية (24): مكتبة جامعة 6 أكتوبر

جمهورية مصر العربية

انطلاقاً من إدراك جامعة 6 أكتوبر لدور المكتبة الجامعية، وأهميتها القصوى في مساندة ودعم العمليتين التعليمية والبحثية بالجامعة، فقد أنشأت الجامعة مكتبة جامعة 6 أكتوبر التي تعتبر بحق بمثابة مركز إشعاع حضاري ثقافي وتعليمي وبحثي، ليس لخدمة الجامعة فقط، ولكن لخدمة المجتمع الأكاديمي التعليمي والبحثي أيضاً، وتستمد رسالتها من رسالة الجامعة ذاتها، ويتمثل ذلك فيما يلي:

أ- مساندة العملية التعليمية بالجامعة على مستوى كافة التخصصات والبرامج الدراسية النظرية والعملية بها.

ب- مساندة البرامج والمشروعات البحثية بالجامعة على مستوى كافة تخصصاتها أيضاً.

ج- خدمة المجتمع سواء على مستوى تقديم خدمات المعلومات للطلاب والباحثين وأعضاء هيئات التدريس من خارج جامعة 6 أكتوبر، أو على مستوى تقديم بعض الخدمات المعلوماتية لمجتمع مدينة 6 أكتوبر.

وفي سبيل تحقيق ذلك تقوم مكتبة جامعة 6 أكتوبر بالوظائف التالية:

1- بناء مجموعات مكتبية حديثة ومتميزة، والعمل على تنميتها أولاً بأول، متضمنة كافة أشكال أوعية المعلومات المطبوعة والمسموعة والمرئية والمصغرة والإلكترونية.

2- التنظيم الفني الجيد لهذه المجموعات، وإتاحة بياناتها الببليوجرافية في شكل فهرس إلكتروني متاح على الخط المباشر OPAC عبر موقع المكتبة على شبكة الويب أو من خلال صفحة الجامعة على الشبكة، وذلك لتيسير الإفادة من مجموعات المكتبة عن بعد، وعلى مدار اليوم.

3- تقديم خدمات المعلومات الحديثة للمستفيدين كخدمات الإطلاع الداخلي، والإعارة الخارجية، والخدمات المرجعية الرد على أسئلة المستفيدين واستفساراتهم- والبحث في قواعد البيانات Databases المتاحة على الخط المباشر On-Line، أو غير المباشر

المتاحة على الأقراص المدمجة CDs..

وغيرها.

4- التعاون مع العديد من الهيئات والمؤسسات المكتبية، وغير المكتبية- سواء على المستوى الوطني أو الإقليمي أو الدولي- لدعم وإثراء مجموعات المكتبة وأنشطتها وخدماتها.

الموقع والمبنى:

تشغل المكتبة مبنى خاص ومستقل خارج الجامعة بجوار مسجد الحصري بمدينة 6 أكتوبر.

ويتميز المبنى الجديد لمكتبة 6 أكتوبر بعدة مزايا سواء على مستوى الموقع المتميز، أو المساحة (في حدود 9000 متر مربع) أو الجودة في التجهيزات والإمكانيات، كما أنها محاطة بمساحات خضراء بمساحة 2000م.

ويتكون المبنى من ثلاثة طوابق: طابق أرضي، وطابقين علويين، بالإضافة إلى البدروم، وتحتوي على قاعات للكتب، والدوريات، والمراجع العامة والمتخصصة، والمجموعات الخاصة، والمكتبة الإلكترونية، وكذلك قاعات للبحث المباشر، والمصغرات الفيلمية، والمواد السمعية والبصرية والندوات والمؤتمرات.

الطابق الأرضي:

يعد مركز إشعاع ثقافي وحضاري متميز وقد تم إعداده ليقوم المجتمع ومساندة التراث والمحافظة على الفن والأدب، وأعمال المشاهير من عمالقة الفكر والأدب والثقافة والعلم في المجتمع المصري، والعربي، والعالمي.

حيث يؤدي المدخل إلى البهو الرئيسي الذي تعلو واجهته لوحتان من الرسم الزيتي على الطراز الروماني، وفي الجانبين الأيمن والأيسر يوجد عدد 2 بانوراما إحداهما لجامعة 6 أكتوبر والأخرى لمدينة الثقافة والعلوم وفي نهاية المدخل نموذج مجسم ومصغر للجامعة يمثل المباني الخاصة بالكليات والإدارات والمساحات الخضراء، وكذلك نموذج آخر مجسم لمدينة الثقافة والعلوم بمقاييس رسم مناسبة لكل مجسم وفي مدخل قاعة الحضارات والفنون والتراث نموذج من خامة البولي استر المقوي بألياف الزجاج لحجر رشيد وآخر للكاتب المصري يعبران عن بداية دخول عصر الثقافة والعلوم.

ويحتوي الطابق الأرضي على:

1- صالة الحضارات:

مزودة بمجموعة من لوحات زيتية لصور شخصيات عالمية، ومشاهير الأدب والفن مثل (نجيب محفوظ ويوسف إدريس، وعائشة عبد الرحمن (بنت الشاطئ)، وعلى مبارك سليمان، وإدوارد سعيد، وتوفيق الحكيم، وطه حسين، وعلى مشرفة، والدكتور أحمد زويل، والدكتور فاروق الباز، والشيخ محمد متولي الشعراوي، وعباس العقاد، ويحيى حقي، وتشارلز ديكنز، ووليم شكسبير، ويوسف السباعي، ورفاعة

الطهطـاوي)، كمـا توجـد لوحـة جداريـة مـن الموزاييك لنجيب محفوظ وأخرى على الجانب الآخر لتوفيق الحكيم كما توجد نماذج متحفية وأثرية ومستنسخات من بعض تحف العصر المصري القديم.

2- قاعتا المشاهير:

يوجد قاعتان رئيسيتان إحداهما تحتوي على المقتنيات الشخصية للأديب توفيق الحكيم، وتمثال نصفي له، ومكتبه الخاص، ومكتبته الشخصية، والتي تحتوي على العديد من مؤلفاته، بالإضافة إلى آخر قصة كتبها الأديب الراحل بخط اليد.

أما القاعة الأخرى فتحتوي على بعض المقتنيات الشخصية الخاصة بالأديب نجيب محفوظ، إضافة إلى بعض المقتنيات الخاصة بالدكتور يوسف إدريس، والأديب الكبير عباس العقاد، إضافة إلى كتب ومؤلفات هؤلاء الأدباء مع تماثيل نصفية لهم، وكذلك نماذج من بعض المقتنيات المتحفية والأثرية الهامة.

3- قاعات المؤتمرات والندوات:

يضم الطابق الأرضي قاعتين كبيرتين وتسمى (قاعة كبار الزوار 1، 2) وتسع كل منهما لمائة شخص، مجهزتين بأحدث الوسائل والتجهيزات والأدوات الإلكترونية لخدمة عقد الندوات، والمؤتمرات في المكتبة (دش ستالايت- رسيفر- الفيديو- DVD- مكبرات الصوت- البروجيكتور وجهاز عرض الصور المعتمة وعرض الشرائح- شاشة عرض كهربائية وسبورة إلكترونية ذكية- أجهزة حاسب آلي- عدد من الوسائط المتعددة)، وترتبط هاتين القاعتين بالصالة الخارجية عن طريق عدد (2) شاشة بلازما حتى يتمكن الحاضرون في هذه الأماكن من مشاهدة ما يحدث من وقائع وأحداث داخل القاعتين.

4- قاعة العرض:

وهى الصالة الخارجية لقاعتي المؤتمرات والندوات ومجهزة بوحدات عرض خاصة ويمكن فكها وتركيبها وهى مجهزة لإقامة المعارض الفنية، وبعض المعارض الخاصة للشركات والمؤسسات، وتخدم رواد المكتبة العامة في حالة عدم إقامة المعارض، واستخدامها كصالة إطلاع، وتتسع لأكثر من مائة طالب، وفي هذه القاعة توجد بانوراما فنية شفافة على الزجاج الذي يرتفع من الطابق الأرضي إلى الطابق العلوي.

5- معرض العلوم:

ويحتوي على مشاريع التخرج الخاصة بطلاب الكليات العملية بالجامعة مثل كلية الهندسة، كلية نظم المعلومات وعلوم الحاسب، وكلية العلوم الطبية التطبيقية، إضافة إلى الكليات العملية الأخرى.

6- معرض دائم للناشرين:

وهو يضم مجموعة من الناشرين المتواجدين في عرض دائم طوال العام تعرض فيه أحدث الكتب

والإصدارات التي تم نشرها وهى تخدم الرواد من داخل الجامعة وخارجها.

7- المكتبة العامة:

وتحتوي على مقتنيات في شتى فروع المعرفة لتخدم المجتمع الأكاديمي سواء من داخل مدينة 6 أكتوبر أو خارجها.

8- مكتب العلاقات العامة:

ويقوم بتنظيم والإشراف على عقد المعارض والمتاحف الفنية وإقامة المؤتمرات والندوات التي تقام بالمكتبة، كما أنه المسؤول عن التنويه الإعلامي عن كافة أنشطة المكتبة.

مقتنيات المكتبة (الطابق الأول والثاني):

سبق التنويه إلى أن جامعة 6 أكتوبر أنشأت هذه المكتبة الحديثة إدراكاً منها لدور المكتبة الجامعية وأهميتها في دعم وإثراء العمليتين التعليمية والبحثية، والتي يجب أن تساير أحدث التطورات والنظم التعليمية والمكتبية والتكنولوجية على المستوى العالمي، لذا فقد ساندت الجامعة هذه المكتبة ودعمتها على كافة المستويات لتكون نموذجاً يحتذى به.

وتعتمد المكتبة نظام الرفوف المفتوحة، كما تقدم خدماتها للقراء من الأساتذة، والباحثين، والطلاب، والعاملين، كما تتيح الفرصة أمام الزائرين من خارج الجامعة للاستفادة من مقتنياتها.

مجموعة الكتب:

تحتوي مكتبة جامعة 6 أكتوبر على أكثر من (85000) عنواناً مطبوع سواء باللغة العربية أو الإنجليزية أو لغات أجنبية أخرى في مختلف التخصصات، كذلك تحوي المكتبة على أكثر من (60000) كتاب إلكتروني، والتي تخدم جميع فروع المعرفة، وجميعها مرتبة بأكثر من قاعة بالمكتبة، ومصنفة تصنيفاً دقيقاً حسب تصنيف ديوي العشري (DDC).

مجموعة الرسائل العلمية:

تضم مكتبة جامعة 6 أكتوبر حوالي (500) رسالة علمية بمختلف اللغات، وفي مختلف التخصصات، وهى مودعة في المكتبة من قبل أعضاء هيئة التدريس بالجامعة، وجميعها مرتبة حسب تصنيف ديوي العشري بالطابق الأول، ويمكن الوصول لأي منها على فهرس المكتبة الإلكتروني المتاح على الشبكة.

مجموعة المراجع:

تضم مكتبة جامعة 6 أكتوبر حوالي (1467) مرجعاً باللغتين العربية والإنجليزية، وتشمل دوائر المعارف والموسوعات والقواميس والببليوجرافيات والنشرات، ...الخ. وهى متاحة في قاعة المراجع بالطابق الأول.

مجموعة الدوريات:

تشترك مكتبة جامعة 6 أكتوبر سنوياً في أكثر من (200) دورية، ومجلة علمية عربية، وإنجليزية

مطبوعة أما الإلكترونية فتشترك المكتبة في أكثر من (4500) دوريـة إلكترونـية، وجمـيعها في كافـة التخصصـات والعلـوم والآداب. تـتاح الدوريـات الورقـية للباحـثين بقاعـة الدوريـات، وجمـيعها مرتـبة حسـب تصـنيف ديـوي العشـري، ويمكـن للمستفيد مـن داخـل المكتبة أو خارجها الحصول عـلى أي معلومـات عـن مجموعـة الدوريـات مـن خـلال البحـث فـي فهـرس المكتـبة الإلكترونـي (Insignial) المـتاح عـلى الشـبكة، كمـا يمكـن للباحـث الدخـول إلى عدد كبير من هذه الدوريات في شكلها الإلكتروني عن طريق الإنترنت. فالمكتبة تشـترك في عدد كبير من الدوريات الإلكترونية -E Journal مـن خـلال اشـتراكها في الشبكة القومية لـلمعلومات العلمـية والتكنولوجـية ENSTINET وشبكة الجامعات المصرية EUN.

المقتنيات السمعية والبصرية والوسائط المتعددة:

تضـم مكتـبة جامعـة 6 أكـتوبر عـدد من القاعات والمعـامل بالطـابق الثاني وهى مجهزة بأكـثـر مـن (37) جهـاز تلـيفزيون، وأجهـزة فيديو DVD، وأجهـزة حاسـب آلـي، وأجهـزة تسجيل وراديـو كاسيت وسماعات وشاشات عرض وبروجكتور.

كمـا يوجـد مـا يقـرب مـن (500) وعـاء في شتى المعـارف ومخـتلف الأشـكال من (شرائط كاسيت، وشـرائط فيديو، وأقراص مضغوطة CDs)، وتغطي جمـيع المجموعـات موضـوعات مخـتلفة في كافـة فـروع المعـرفة من مواد علمية، وتعليمية، ودينية، وتاريخـية، وسياسـية، وأيضـاً مجموعـة أفـلام أرشيفية من الندوات العلمية والمؤتمرات والأنشطة المخـتلفة بالجامعـة، بالإضـافة إلى خدمـات البـث المباشـر لبعض القنوات الفضائية المنتقاة من الأقمار الصناعية المخـتلفة (برامج تعليمية، ثقافية،...)، وجاري تدعيم المكتبة بمجموعة أخرى من الوسائط المـتعددة المتخصصـة الـتي تخـدم البحـث العـلمي وتخـدم طـلاب الجامعـة، وكذلـك بعـض الوسائط التعليمـية والترفيهـية والثقافـية لجمـيع الفـئات العمرية والتي تخدم جميع المترددين على المكتبة.

المكتبة الإلكترونية:

تضـم مكتـبة 6 أكـتوبر مكتـبة إلكترونـية وتشـمل ثـلاث قاعات وجميعها مخصصة للإنترنت وقواعد البـيانات والـنظام الآلـي بالمكتـبة، ويـتوفر بهـا (170) جهـاز حاسب آلي يتيح البحث والتصفح في شـبكة الإنترنـت، والإطـلاع عـلى المعلومـات المتاحة عليها وذلك لمساعدة الباحثين على الوقوف عـلى أحـدث وآخـر المعلومـات في مجـالات تخصصاتهم المختلفة، كما تحتوي على (4500) دورية إلكترونية، و (60000) كتاب إلكتروني، و(5000) CDs بالإضـافة إلى دلـيل المواقـع المجانية بالإنترنت لخدمة البحث العلمي.

وفي هـذه القاعـات توجـد أماكن للمستفيدين الذين يرغبون في استعمال الـ Lap Top.

كمـا تشـترك المكتـبة في عـدد من الصحف اليومية المصـرية والعربـية والأجنبـية، كذلـك المجـلات

الأسبوعية والشهرية والتي تغطي كافة الأخبار المحلية والعالمية.

خدمات المكتبة:

تقدم مكتبة جامعة 6 أكتوبر عدداً متنوعاً من الخدمات المكتبية التقليدية وخدمات المعلومات الحديثة، وذلك على النحو الآتي:

1- خدمة الإطلاع الداخلي:

تتيح المكتبة عدداً من قاعات الإطلاع المفتوحة المكيفة والمجهزة بأحدث الإمكانيات والتجهيزات، والتي تساعد المستفيدين على الإفادة من هذه الخدمة على أكمل وجه، ومنها أماكن تصلح للدراسة الفردية، وكذلك القاعات المفتوحة للاطلاع الجماعي.

2- خدمة الإرشاد والتوجيه بالمكتبة:

تقدم المكتبة خدمة إرشاد الباحثين من خلال فريق عمل متخصص يقدمون النصح والتوجيه والإرشاد فيما يتعلق بالأنشطة المختلفة بالمكتبة وخدماتها المتنوعة وإمكانياتها.

3- خدمة الإعارة الخارجية:

تتيح المكتبة خدمة الإعارة الخارجية لمستفيديها وفقاً لما أقرته لائحة المكتبة.

4- خدمة التصوير:

تتيح المكتبة خدمة التصوير للباحثين لتيسير انتفاعهم من مقتنياتها، وذلك وفقاً للقواعد التي تقرها المكتبة، حيث توفر قاعة خاصة بها ماكينات تصوير، ويقوم بتقديم هذه الخدمة أفراد متخصصون من بين العاملين في المكتبة.

5- خدمات البحث في قواعد البيانات الإلكترونية:

تتيح المكتبة إمكانية البحث الآلي في عدد متنوع من قواعد البيانات المباشرة On-Line Databases وغير المباشرة Off-Line Databases وذلك على النحو التالي:

أ- البحث في النظام الآلي المتكامل للمكتبة:

تستخدم المكتبة النظام الآلي المتكامل Insignia وهو نظام مكتبي معياري كندي، يتيح للمستفيد البحث فيه عن أوعية المعلومات المتاحة بالمكتبة بسرعة فائقة وسهولة ودقة عالية. هذا بالإضافة إلى مساندة هذا النظام لعدد من الخدمات المهمة كخدمات الإعارة وتجديدها، وحجز الكتب، والرد على أسئلة المستفيدين، واستفساراتهم وغيرها، ويستطيع المستفيد البحث في هذا النظام الآلي المتكامل للمكتبة من داخل موقع المكتبة أو من أي مكان خارج المكتبة من خلال موقع المكتبة على شبكة الويب العالمية.

ويمكنك الحصول على الموجز الإرشادي Manual الخاص بكيفية استخدام هذا النظام الآلي من مكتب العلاقات العامة بالمكتبة.

ب- البحث في قواعد البيانات بالمكتبة الإلكترونية:

تتيح المكتبة الرقمية عدداً من قواعد البيانات النصية لمستفيديها في شتى تخصصات الجامعة،

وذلك من خلال اشتراك المكتبة في خدمات الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية ENSTINET، وشبكة الجامعات المصرية EUN، وغيرهما. والتي تتيح للباحث إمكانية البحث في العديد من الدوريات الإلكترونية E-Journal المهمة في شتى التخصصات التي تساندها الجامعة، هذا بالإضافة إلى إتاحة إمكانية الاتصال بشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت).

6- الخدمة المرجعية (الرد على الأسئلة والاستفسارات):

تتيح المكتبة هذه الخدمة لمستفيديها لتسهيل وصولهم إلى الأوعية المطلوبة داخل المكتبة، أو كيفية البحث عن المعلومات بداخلها، فضلاً عن تذليل أية عقبات تحول دون انتفاعهم بمقتنياتها، وأنشطتها، وخدماتها.

وتقدم المكتبة هذه الخدمة من خلال الحضور الشخصي إلى المكتبة، أو الاتصال التليفوني أو البريدي، أو الإلكتروني (عبر موقع المكتبة على شبكة الويب العالمية).

7- خدمة الإحاطة الجارية:

تحيط المكتبة مستفيديها- بصفة دورية- علماً بالمواد المكتبية المضافة إليها حديثاً من خلال إصدارها قوائم المواد المضافة حديثاً إلى المكتبة في شتى التخصصات الموضوعية التي تخدمها، وإرسالها إلى الأقسام الأكاديمية بكليات الجامعة.

وتقدم المكتبة كافة المعلومات الجارية عن أنشطتها ومقتنياتها وخدماتها من خلال نشراتها الإلكترونية المتاحة عبر موقع المكتبة على شبكة الويب.

8- خدمة إقامة المحاضرات والندوات العلمية والثقافية:

تقدم المكتبة هذه الخدمة كمركز حضاري متكامل يساند إقامة المحاضرات، وعقد الندوات العلمية، والثقافية، والفنية، واستضافة كبار الشخصيات البارزة في هذه التخصصات من أجل الاستزادة في المعرفة وتنمية الفكر والإبداع، فضلاً عن إنجاح دور الجامعة في مساندة وخدمة المجتمع وقضاياه.

ويتولى قسم العلاقات العامة بالمكتبة تنظيم إقامة هذه المحاضرات والندوات، ويعلن عن مواعيدها مسبقاً سواء داخل المكتبة أو عبر موقعها على الويب.

مواعيد المكتبة:

تعمل المكتبة طوال أيام الأسبوع عدا الجمعة والعطلات الرسمية.

قـرأت لك:

"الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الإنترنت"

للدكتور/ عبد الله عبد الكريم عبد الله

عـرض
أ. محمد يحيى إبراهيم

صدر مؤخرا في الإسكندرية كتاب بعنوان الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الإنترنت "دراسة في الأطر القانونية للحماية مع شرح النظام القانوني للملكية الفكرية في التشريعات المصرية والأردنية والأوروبية والأمريكية ومعاهدتي الإنترنت" للدكتور عبد الله عبد الكريم عبد الله وذلك لدى دار الجامعة الجديدة للنشر بالإسكندرية.

ويأتي صدور هذا الكتاب في وقت أدت القفزة الرقمية التي حدثت في العالم إلى إحداث اثر بالغ على كافة جوانب الحياة، وكان لها أثر مباشر على الملكية الفكرية وتحديدا في مجال حق المؤلف، حيث أصبح نشر وتوزيع وعرض المصنفات غاية في السهولة والسرعة والإتقان وبأقل التكاليف وقد ارتبط ذلك بظهور الكمبيوتر، فبعد أن كانت عملية النسخ والنشر تتم بالطرق التقليدية والتي كان يشوبها عدم الإتقان والكلفة العالية، أصبح ذلك يتم الآن باستخدام التكنولوجيا الحديثة من خلال شبكة الإنترنت. وبما أن الحقوق المجاورة تتأثر بشكل مباشر بما يمس حق المؤلف فقد تأثر أطراف هذه العلاقة بشكل كبير من خلال استخدام شبكة الإنترنت بطرق غير مشروعة، ولعل التطورات التي صاحبت مدلول حقوق الملكية الفكرية بعد بروز الإنترنت من الموضوعات التي يجب أن تؤخذ في الاعتبار لدى صناع القرار في كافة الدول وكذلك في إطار المجتمع الدولي.

ولقد أخذت العديد من الدول بشق طريقها إلى هذه التطورات وراحت تسن التشريعات التي تضمن بها حقوق الملكية الفكرية ،في الوقت الذي اعترفت فيه بمسألة ارتباط حقوق الملكية الفكرية بحقوق الإنسان وتطورت هذه الرؤية إلى ربط هذه الحقوق بحقوق الفرد الاقتصادية كرؤية جديدة تأخذ مكانها بجدارة فائقة.

أمام هذه التطورات السريعة كان لابد للدول التدخل ضمن اتفاقية دولية تعيد الأمور إلى نصابها وتستجيب للتطورات التكنولوجيا الحديثة من حيث التقنين خاصة فيما يتعلق بحقوق الملكية الفكرية التي ترتبط بالمعالجة الآلية للبيانات أو بنقلها.

وهذا ما حصل فعلا من خلال تحرك الدول الأعضاء في الدول الأعضاء في الملكية الفكرية

(وايـبو) حيث تم بتاريخ 20 ديسمبر/كانون الأول لعـام 1996 اعـتماد كل من معاهدة الوايبو بشأن حق المؤلف

WIPO Copyright Treaty (WCT)

و(معاهدة الوايبو بشأن الأداء والتسجيل الصوتي

WIPO Perfprmances And Phonograms Treaty (WPPT)

وذلك بتقنين ما اتفق عليها اصطلاحا بحق المؤلف والحقـوق المجـاورة ضمن شبكة الإنترنت، بحيث لم يـتم إضـافة أحكـام جديـدة لمفهـوم حـق المؤلف والحقـوق المجـاورة ، لذلـك تـزايد الاتجـاه- في السـنوات الأخـيرة- نحـو مكافحـة الجـرائم المرتـبطة بالملكـية الفكرية على الإنترنت من خلال جهـود دولـية ووطنـية حثيـثة استهدفت الحد من تلك الظاهرة والحيلولة دون نموها لما لذلك من آثار بالغة على استقرار الاقتصاد العالمي، وقد كان ذلك مـن دون الانـتقاص مـن التأكـيد عـلى الحقـوق الأساسـية وضرورة تطبيق هذه الحقوق كما هي وإن كـان المكـان شـبكة الإنترنـت بوصـفها نـتاج المعلوماتية.

وقـد عرضـت الدراسة في الفصل التمهيدي للبحث في حقـوق الملكـية الفكـرية مـن حيـث المفهـوم والـنطاق، ثـم خصص الفصل الأول لدراسة الملامح العامـة لحمايـة الملكـية الفكـرية عـلى شـبكة الإنترنـت، أمـا الفصـل الـثاني فقـد تعـرض فيه لبحـث الإطـار القـانوني الوطـني لحمايـة الملكـية الفكـرية بـالمفهوم التقلـيدي وعلى شبكة الإنترنت.

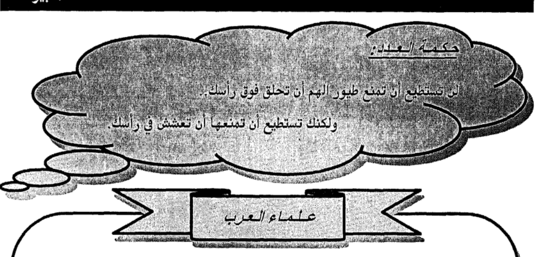
بعـد ذلـك خصـص الفصـل الثالـث لدراسـة الإطار القـانوني الدولي لحماية حقوق الملكية في المصنفات الرقمية وعلى شبكة الإنترنت (الملكية الرقمية).

ومن الجدير بالذكر أن الدكتور عبدالله عبدالكريم عـبدالله هـو مؤلـف وخبير دولي أردني حاصل عـلى دكـتوراه في القـانون الدولـي والملكية الفكرية وكـان عضـوا مسـاعدا في مشـروع قوانـين مكافحـة الفسـاد بـالأمم المـتحدة وهـو عضـو مشـارك لـدى المجمـع العـربي للملكـية الفكـرية-الأردن، بالإضـافة إلى انـه عضو مشارك في الجمعية المصرية للقـانون الدولي- القاهرة وعضو في جمعية الوساطة والتحكـيم في الملكـية الفكـرية- لبـنان وأيضا عضو مشـارك في المـنظمة الدولـية لخـبراء التراخـيص- مدريـد وميونيخ بالإضافة إلى عضويته كخبير دولي لـدى المركـز الدولـي لمكافحـة جـرائم المعلوماتـية وأخـيراً فهو عضو في المركز الدولي لأبحاث التنمية والـتطوير الـتابع للجـنة الأمم المتحدة لغربي آسيا.

وشـارك الدكـتور عـبدالله في العديـد مـن المؤتمرات الدولـية محاضـرا ومـتحدثا ومشاركا في ورش عمل وندوات علمية وقانونية. وينتظر أن ينتهي الدكتور عـبدالله مـن إصـدار مؤلفـات قانونية أخرى خلال هذا العام.

واحـــــة مـكـتـبـــات.نــــت

أ.عبير أحمد



علماء العرب

هو أبو علي الحسن بن الهيثم

اشتهر بعلمي البصريات والهندسة، ولد بالبصرة سنة 354 هجرية وتوفي سنة 430 هجرية. وقد انتقل إلى مصر حيث أقام بها حتى وفاته. جاء في كتاب (أخبار الحكماء) للقفطي على لسان ابن الهيثم: (لو كنت بمصر لعملت بنيلها عملاً يحصل النفع في كل حالة من حالاته من زيادة ونقصان). فوصل قوله هذا إلى صاحب مصر، الحاكم بأمر الله الفاطمي، فأرسل إليه بعض الأموال سراً، وطلب منه الحضور إلى مصر. فلبى ابن الهيثم الطلب وارتحل إلى مصر حيث كلفه الحاكم بأمر الله إنجاز ما وعد به. فباشر ابن الهيثم دراسة النهر على طول مجراه، ولما وصل إلى قرب أسوان حيث تنحدر مياه النيل منه تفحصه في جوانبه كافة، أدرك أنه كان واهماً متسرعاً في ما ادعى المقدرة عليه، وأنه عاجز على البرّ بوعده. حينئذ عاد إلى الحاكم بالله معتذراً، فقبل عذره وولاه أحد المناصب. غير أن ابن الهيثم ظن رضى الحاكم بالله تظاهراً بالرضى، فخشي أن يكيد له، وتظاهر بالجنون، وثابر على التظاهر به حتى وفاة الحاكم الفاطمي. وبعد وفاته عاد على التظاهر بالجنون، وخرج من داره، وسكن قبة على باب الجامع الأزهر، وطوى ما تبقى من حياته مؤلفاً ومحققاً وباحثاً في حقول العلم، فكانت له إنجازات هائلة.

كلمات من ذهب

الإنسان دون أمل كنبات دون ماء.

الإنسان دون ابتسامة كوردة دون رائحة.

الإنسان دون حب كغابة احترق شجرها.

الإنسان دون إيمان وحش في قطيع لا يرحم.





For Publication &Information services

للنشر والتوزيع وخدمات المعلومات

استمارة اشتراك في مكتبات نت

نوع الاشتراك: ------------------------ مؤسسات ☐ أفراد ☐

الاسم (اشتراك الأفراد): ------------------------

الوظيفة: ------------------------

اسم الجهة (اشتراك المؤسسات): ------------------------

العنوان البريدي ص.ب: ------------------------

رمز بريدي : ------------------------

المدينة : ------------------------

الدولة: ------------------------

ت : ------------------------

ف : ------------------------

بريد إلكتروني: ------------------------

عدد النسخ: ------------ أرغب/الاشتراك في عدد ☐ نسخة

التوقيع

ص.ب 647 الأورمان – الرمز البريدي 12612 جيزة – جمهورية مصر العربية
ت / 33832836 ف/ 33832836
helal_raouf@hotmail.com
birooahmed@hotmail.com
www.ipisegypt.com

استمارة اشتراك في مكتبات نت

عليك أن تملأ استمارة الاشتراك المرفقة وفقا للتالي:

- الاشتراك للأفراد من داخل جمهورية مصر العربية بمبلغ **100** جنيهاً مصرياً في العام نقداً لمندوبنا أو بالحضور في مقر الشركة أو بحوالة بريدية أو بشيك مصرفي باسم شركة "إيبيس.كوم للنشر والتوزيع وخدمات المعلومات"
- الاشتراك للمؤسسات من داخل جمهورية مصر العربية بمبلغ **220** جنيها مصريا في العام نقداً أو بشيك مصرفي باسم شركة "إيبيس.كوم للنشر والتوزيع وخدمات المعلومات"
- الاشتراك للأفراد من الدول العربية بمبلغ **35** دولاراً في العام نقداً أو بشيك مصرفي باسم شركة "إيبيس.كوم للنشر والتوزيع وخدمات المعلومات"
- الاشتراك للمؤسسات من الدول العربية بمبلغ **70** دولاراً في العام نقداً أو بشيك مصرفي باسم شركة "إيبيس.كوم للنشر والتوزيع وخدمات المعلومات"
- الاشتراك للأفراد من أمريكا وأوروبا بمبلغ **45** دولاراً في العام نقداً أو بشيك مصرفي باسم شركة "إيبيس.كوم للنشر والتوزيع وخدمات المعلومات"
- الاشتراك للمؤسسات من أمريكا وأوروبا بمبلغ **90** دولاراً في العام نقداً أو بشيك مصرفي باسم شركة "إيبيس.كوم للنشر والتوزيع وخدمات المعلومات"

يمكنك أيضا القيام بتحويل بنكي على حسابنا في البنك المصري الخليجي فرع الجيزة رقم **303372** جمهورية مصر العربية.

يسعدنا دائماً في IPIS COM من خلال مكتبات.نت أن نستقبل اقتراحاتكم، ولا نستطيع أن نقول في نهاية رسالتنا المفتوحة إليكم إلا أهلاً بكم في مستقبل المكتبات والمعلومات في العالم العربي.

يمكنك الحصول على أعداد دورية مكتبات نت مجلدة.

ترسل كافة المراسلات باسم

رئيس التحرير

د. زين عبد الهادي

ص.ب **647** الأورمان الرمز البريدي **12612** الجيزة جمهورية مصر العربية

IPIS COM

مكتبات نت

توزيع شركة إيبيس كوم للنشر والتوزيع وخدمات المعلومات

رقم الإيداع: **2002/12102**